

Pelzer, Alexander

Drittsendelizenzen - eine umstrittene
Maßnahme zur Sicherung der
Meinungsvielfalt

Licensing of Broadcasting Time to Third
Parties - a Controversial Measure to Ensure
Diversity of Opinion

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida (FH) – University of Applied Sciences

Erstprüfer	Zweitprüfer
Prof. Dr. Otto Altendorfer	Prof. Axel Beyer

Bibliographische Beschreibung

Pelzer, Alexander:

Drittsendelizenzen - eine umstrittene Maßnahme zur Sicherung der Meinungsvielfalt. - 2010 - 75 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

Referat:

Die Bachelorarbeit befasst sich mit der Sendezeit für unabhängige Dritte gem. §§ 26 Abs. 5, 31 RStV. Diese sollen als „vielfaltssichernde Maßnahme“ die Meinungsvielfalt im Privatfernsehen erhöhen. Seit der Einführung dieser Maßnahme im Jahr 1997 werden die Drittsendezeiten sowohl auf RTL als auch in Sat.1 von denselben Fensterveranstaltern bespielt. Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, ob die derzeit lizenzierten Fensterveranstalter tatsächlich die größtmögliche Vielfalt in ihrem Programm bieten, oder ob andere Gründe die Auswahl dieser Veranstalter begünstigten.

Durch eine Analyse der bisher erfolgten Vergabeverfahren, sowie der Konsequenzen der Drittsendezeitregelung für den Sender wird gezeigt, dass die Sender ein hohes Interesse an einem Fensterveranstalter haben, der zu ihnen und zu ihrem Programm passt. Dieses Mitwirkungsrecht bei der Auswahl der Fensterveranstalter wird den Sendern zugestanden, um ihre Programmautonomie zu wahren. Es wird ein Spannungsverhältnis zwischen einer möglichst hohen Meinungsvielfalt und einem möglichst zum Hauptprogramm passenden Fensterprogramm aufgezeigt.

Wenn die derzeit lizenzierten Fensterveranstalter die Programmautonomie des Senders wahren und zusätzlich einen hohen Vielfaltsbeitrag bieten, sind beide Interessen miteinander zu vereinbaren. Eine Analyse der Inhalte der DCTP-Sendungen zeigt eine hohe Vielfalt an Themen und Inhalten, die insbesondere durch eine Vielzahl von Partnern entsteht, die der DCTP Programm zuliefern. Die DCTP ist somit geeignet, die Vielfalt im Programm zu erhöhen.

Am Schluss werden noch Möglichkeiten zur Modifikation der aktuellen Regelung aufgezeigt, damit noch mehr unterschiedliche Veranstalter die Gelegenheit hätten, ihr Programm im Rahmen einer Drittsendelizenz zu verbreiten, ohne dass die Programmautonomie des Senders eingeschränkt wird.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VI
Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Einleitung	8
1 Zum Begriff der Meinungsvielfalt	10
1.1 Sicherung der Meinungsvielfalt im Grundgesetz.....	10
1.2 Klärung des Begriffes der Meinungsvielfalt.....	12
1.3 Die Notwendigkeit vielfaltssichernder Maßnahmen im Privatfernsehen	13
1.4 Zwischenfazit.....	14
2 Hintergründe zum Thema Drittsendelizenzen	16
2.1 Die Entstehung von Programmfenstern im Privatfernsehen.....	16
2.2 Die Novellierung der Konzentrationskontrolle im Rundfunkstaatsvertrag	19
2.3 Rechtliche Regelungen zur Abgabe von Drittsendezeit in § 31 RStV.....	21
2.4 Die nähere Ausgestaltung der Vergabe der Drittsendezeiten	23
2.5 Zwischenfazit.....	25
3 Fensterprogrammveranstalter in Deutschland	26
3.1 Überblick über alle Fensterprogramme.....	26
3.2 Fensterprogrammveranstalter bei RTL und Sat.1	28
3.2.1 AZ Media GmbH.....	28
3.2.2 News and Pictures GmbH & Co KG.....	30
3.3 Die besondere Rolle der DCTP	31
3.4 Überblick über die bisherigen Vergabeverfahren	32
3.4.1 Das Zulassungsverfahren 1997 bei RTL und Sat.1	33
3.4.2 Das Zulassungsverfahren 1999 bei RTL.....	34
3.4.3 Das Zulassungsverfahren 2002/2003 bei Sat.1	34
3.4.4 Das Zulassungsverfahren 2003 bei RTL.....	35
3.4.5 Das Zulassungsverfahren 2007 bei Sat.1	36
3.4.6 Das Zulassungsverfahren 2008 bei RTL.....	36
3.5 Klagen der Mitbewerber	37
3.5.1 Klage von Focus TV nach der Entscheidung 2003.....	38
3.5.2 Klage der UWP nach der Entscheidung 2008	38
3.6 Zwischenfazit.....	39

4	Die Konsequenzen der Drittsendezeitregelung für die Sender	41
4.1	Die Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters	41
4.2	Das Verhältnis zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter	43
4.3	Finanzielle Nachteile für die Sender	44
4.4	Zwischenfazit.....	46
5	Der Beitrag der DCTP zur Vielfalt im Programm	47
5.1	Beurteilungskriterien.....	47
5.2	Alexander Kluges Magazine	50
5.3	Spiegel TV Magazin	53
5.4	Stern TV	54
5.5	Focus TV Reportage	56
5.6	Faszination Leben	57
5.7	Gesamtbetrachtung der DCTP-Inhalte im Vergleich zum sonstigen Inhaltsprofil.....	58
5.8	Zwischenfazit.....	60
6	Ausblick	62
6.1	Beurteilung der aktuellen Situation mit besonderem Blick auf die DCTP	62
6.2	Mehr Vielfalt durch mehr Anbieter	64
6.3	Der Einfluss des Hauptveranstalters auf das Vergabeverfahren aus Rücksicht auf seine Programmautonomie.....	66
6.4	Zwischenfazit.....	69
	Fazit	70
	Literaturverzeichnis.....	72
	Bücher.....	72
	Zeitungen und Zeitschriften	72
	Juristische Veröffentlichungen.....	73
	Internetquellen	74
	E-Mail-Kontakt.....	75

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i>	Beteiligungsverhältnisse der DCTP	32
<i>Abbildung 2:</i>	Programmprofil von RTL und Sat.1	49
<i>Abbildung 3:</i>	Zusammengefasstes Themenprofil „10 vor 11“ und „News and Stories“	52
<i>Abbildung 4:</i>	Themenprofil „Spiegel TV Magazin“	54
<i>Abbildung 5:</i>	Themenprofil Stern TV	55
<i>Abbildung 6:</i>	Themenprofil „Focus TV Reportage“	56
<i>Abbildung 7:</i>	Vergleich Themenprofil DCTP und Gesamtprofil RTL	59
<i>Abbildung 8:</i>	Vergleich DCTP-Themenprofil und Gesamtprofil Sat.1 ..	60

Abkürzungsverzeichnis

AKS:	Arbeitsgemeinschaft Kabel- und Satellitenprogramm
ALM:	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten
BVerfG:	Bundesverfassungsgericht
DCTP:	Development Company for Television Program
DSZR:	Gemeinsame Richtlinie der Landesmedienanstalten über die Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 RStV (Drittsendezeitrichtlinie)
FAZ:	Frankfurter Allgemeine Zeitung
GG:	Grundgesetz
KEK:	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
LfM:	Landesanstalt für Medien NRW
LMK:	Landeszentrale für Medien und Kommunikation (Landesmedienanstalt in Rheinland-Pfalz)
LPR:	Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (Landesmedienanstalt in Rheinland-Pfalz bis 2005, wurde dann umbenannt in Landeszentrale für Medien und Kommunikation)
LRG:	Landesrundfunkgesetz
NLM:	Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk
RÄStV:	Rundfunkänderungsstaatsvertrag
RStV:	Rundfunkstaatsvertrag
WAZ:	Westdeutsche Allgemeine Zeitung

Einleitung

Sie sei die „absurdeste medienpolitische Auflage, die es im deutschen Fernsehen gibt“¹, heißt es im Mediendienst DWDL; Medienjournalist Stefan Niggemeier bezeichnet sie in seinem Blog als „Eine der bizarrsten Regelungen in der an bizarren Regelungen nicht armen deutschen Fernsehlandschaft“²; der ehemalige Sat.1-Geschäftsführer Roger Schawinski umschreibt sie in seinem Buch „die TV-Falle“ als „Lizenz zum Geldddrucken“³. Die Worte, mit denen die Regelung zur Verpflichtung zur Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte gem. §§ 26 Abs. 5, 31 RStV beschrieben werden, sind selten positiv. Dabei liegt dieser Regelung ein als sehr wichtig erachtetes Ziel zugrunde: Die Sicherung der Meinungsvielfalt.

Die Sendezeit für unabhängige Dritte ist eine der „vielfaltssichernden Maßnahmen“ aus dem dritten RÄStV von 1996. Von Anfang an wurde diese Regelung aus verschiedensten Kreisen kritisiert. Im Mittelpunkt dieser Kritik stand häufig Alexander Kluge, der mit seiner Produktionsfirma DCTP (Development Company for Television Program) bereits seit 1988 Programmfenster bei RTL und Sat.1 bespielte. Kluge selber hat damals die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass seine Sendungen im Programm der beiden Privatsender ausgestrahlt werden. Bis heute besitzt die DCTP Drittsendelizenzen auf beiden Kanälen und ist zudem noch Gesellschafterin beim Fernsehsender VOX. Die Tatsache, dass die Drittsendelizenzen bei jeder bislang stattgefundenen Vergabe an dieselben Anbieter gingen, wurde oft diskutiert: Anstatt einer Erhöhung der Meinungsvielfalt habe die Regelung dafür gesorgt, dass Kluge sich ein „kleines Privatimperium“⁴ aufbauen konnte. In der „Süddeutschen“ wurde Kluge als „einer der mächtigsten Männer des deutschen Fernsehens“⁵ bezeichnet; die „FAZ“ verglich Kluge bereits mit Rupert Murdoch⁶ und auch die KEK bezeichnete die wiederholte Vergabe der Lizenzen an dieselben Anbieter als „zweifelhaft“⁷ im Sinne der Meinungsvielfalt.

Aus vielen Medienberichten und Aufsätzen über dieses Thema geht hervor, dass Drittsendelizenzen kein geeignetes Instrument der Sicherung der Meinungsvielfalt, und deswegen abzuschaffen seien. Zumal die Sen-

¹ Lückerrath 2008

² Niggemeier 2006

³ Schawinski 2007, 117 ff.

⁴ Renner 2003

⁵ Makowsky 1993

⁶ vgl. Hanfeld 2008

⁷ KEK 461-2, 5

der, die einen Teil ihrer Sendezeit abgeben müssen, dadurch einen Teil ihrer Programmautonomie verlieren, weshalb die Drittsendezeitregelung sogar schon als verfassungswidrig bezeichnet wurde⁸. Außerdem sei die Vielfalt in Zeiten des Internets und digitaler Kanäle ohnehin schon so groß, dass sie keiner zusätzlichen Regulierung bedürfe⁹.

Im Zentrum dieser Arbeit steht die Forschungsfrage, ob die derzeit lizenzierten Fensterprogramme tatsächlich die Forderung nach mehr Vielfalt im Programm erfüllen. Von besonderem Interesse ist die Tatsache der Mehrfachlizenzierung der Fensterprogrammveranstalter. Insbesondere soll hierbei auf die DCTP eingegangen werden, da sie seit 1988 ununterbrochen Fensterplätze bespielt. In mehreren Vergabeverfahren für Drittsendezeiten bei Sat.1 und RTL hat die DCTP trotz einer Vielzahl an Bewerbern die Sendeplätze erhalten. Hatte die DCTP tatsächlich bei den Verfahren das vielfältigste Programm aufzuweisen, oder hat es Alexander Kluge geschafft, sich aufgrund von medienpolitischen Beziehungen die Drittsendelizenzen zu sichern¹⁰?

Hierzu wird nach der Erörterung des Begriffes der Meinungsvielfalt und der Hintergründe zur Entstehung von Fensterprogrammen die aktuelle Situation der Drittsendelizenzen in Deutschland analysiert. Hierbei werden auch die bisherigen Entscheidungen zur Vergabe von Drittsendelizenzen mit besonderem Blick auf die Mehrfachzulassung der DCTP beleuchtet. Es soll untersucht werden, wie die Beziehung der unabhängigen Dritten zum Sender in der Praxis aussieht, um herauszufinden, inwieweit medienpolitische Maßnahmen von Seiten des Senders oder der Produktionsfirmen einen Einfluss auf die Zulassung als unabhängiger Dritter haben könnten. Schließlich soll noch analysiert werden, ob die zurzeit lizenzierten unabhängigen Dritten tatsächlich die Vielfalt im Programm von Sat.1 und RTL erhöhen.

Auf Grundlage dieser Analyse wird abschließend versucht, eine Antwort auf die Forschungsfrage zu finden: Ist die derzeitige Situation der Drittsendelizenzen geeignet um die Vielfalt im Privatfernsehen zu erhöhen? Auf welche Art und Weise kann die Regelung ggf. modifiziert werden, um das Ziel der Sicherung der Meinungsvielfalt besser zu verwirklichen?

⁸ vgl. Engel 2000, 356

⁹ vgl. Lückerrath 2008

¹⁰ vgl. Renner 2003

1 Zum Begriff der Meinungsvielfalt

Im Zentrum der Maßnahmen, die 1996 in den RStV übernommen wurden, steht die Sicherung der Meinungsvielfalt. Um herauszufinden, ob Fensterprogramme dieses Ziel erreichen, muss zunächst einmal geklärt werden, von welchem Begriff der Meinungsvielfalt ausgegangen wird. Aufgrund der Schwierigkeit der genauen Begriffsklärung, was unter dem Begriff der „Meinungsvielfalt“ verstanden wird, müssen klare Beurteilungskriterien für Vielfalt im Rundfunk herausgefunden werden. Als Grundlage zur Begriffsbestimmung dienen die rechtlichen Vorgaben nach Urteilen des Bundesverfassungsgerichtes. Zudem soll noch die Bedeutung des Fernsehens für die öffentliche Meinungsbildung herausgearbeitet werden, um die Notwendigkeit einer besonderen Regulierung nachzuvollziehen.

1.1 Sicherung der Meinungsvielfalt im Grundgesetz

Alle rechtlichen Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt ergeben sich aus Interpretationen von Art. 5 GG. Dort ist sowohl die Rundfunkfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) als auch die Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Hs. 2 GG) verfassungsrechtlich verankert. In den Rundfunkurteilen des Bundesverfassungsgerichtes wurde die Ausgestaltung dieser verfassungsrechtlichen Bestimmungen festgelegt. Das Bundesverfassungsgericht hat entschieden, dass der Rundfunk sowohl ein „Medium“ als auch ein entscheidender „Faktor“ für die freie und individuelle Meinungsbildung sei¹¹. Aus diesem Grund sei die Rundfunkfreiheit auch eine „der Freiheit der Meinungsbildung in ihren subjektiv- und objektivrechtlichen Elementen dienende Freiheit“¹². Die Rundfunkfreiheit gilt als ein drittnütziges Freiheitsrecht und als eine Grundvoraussetzung für Demokratie¹³.

In der ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes wird eine „positive Ordnung“ verlangt, „die sicherstellt, dass die Vielfalt der bestehenden Meinungen in möglichster Breite und Vollständigkeit zum Ausdruck kommt“¹⁴. Im Rundfunk soll also die Meinung aller gesellschaftlich relevanten Gruppen vertreten sein, da andernfalls die freie öffentliche und individuelle Meinungsbildung durch den Rundfunk gefährdet sei¹⁵. Der Gesetzgeber ist dazu verpflichtet, diese „positive Ordnung“ im Rundfunk herzustellen und zu sichern. Im Gesamtangebot des Rundfunks in Deutsch-

¹¹ vgl. BVerfG 12 205

¹² BVerfG 57 295

¹³ vgl. Röper 1996, 622

¹⁴ zit. n. Kübler 1997, 21

¹⁵ vgl. Ebsen 2003, 177

land soll die bestehende Meinungsvielfalt möglichst exakt zum Ausdruck kommen.¹⁶

Das erste Rundfunkurteil hat 1961 die grundlegenden Maßstäbe gesetzt, wie die in Art. 5 GG verankerte Rundfunkfreiheit ausgestaltet werden soll¹⁷. Die Notwendigkeit der Regulierung ergibt sich im Bereich des Rundfunks aus der Begrenztheit der Frequenzen und aus dem finanziellen Aufwand, der erforderlich ist, um Rundfunk zu betreiben. Daher können im Gegensatz zur Presse nur wenige voneinander unabhängige Anbieter existieren.¹⁸ Im zweiten Rundfunkurteil wurde entschieden, dass der Rundfunk nicht dem „freien Spiel der Kräfte“ überlassen werden darf und alle gesellschaftlich relevanten Kräfte an der Organisation des Rundfunks beteiligt werden müssen¹⁹.

Mit dem Aufkommen des Privatfernsehens hat das Bundesverfassungsgericht entschieden, dass die positive Ordnung auch im privaten Bereich hergestellt werden muss²⁰. Aufgrund der Werbefinanzierung und der dadurch hervorgehenden Notwendigkeit, massenattraktive Programme zu senden²¹, gelten für den Privatrundfunk weniger strenge Gebote, doch müsse ein „Mindeststandard an Vielfalt beachtet werden“ und vor allem das Aufkommen von vorherrschender Meinungsmacht durch eine zu hohe Medienkonzentration verhindert werden²². Der Begriff „vorherrschende Meinungsmacht“ kann als das „Gegenteil von Meinungsvielfalt“²³ angesehen werden. Die öffentliche Meinung könne sich nicht frei bilden, wenn sie durch ein „übergewichtiges, tendenziös agierendes massenattraktives Fernsehprogramm“ verzerrt wird²⁴. Der private Rundfunk hat in seiner Gesamtheit die Vielfalt der öffentlichen Meinungen widerzuspiegeln (Außenpluralität), während im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Binnenpluralität gefordert wird²⁵.

Anhand der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes wird deutlich, dass es sowohl für öffentlich-rechtlichen als auch für privaten Rundfunk Regelungen geben muss, die die Meinungsvielfalt sichern.

¹⁶ vgl. Röper 1996, 623

¹⁷ vgl. Altendorfer 2001, 131

¹⁸ vgl. Ebsen 2003, 40

¹⁹ ebenda, 133

²⁰ vgl. Röper 1996, 623

²¹ vgl. BVerfG 73 118

²² Ebsen 2003, 68

²³ Stock 1997, 5

²⁴ ebenda, 6

²⁵ vgl. Schlette 1999, 803

1.2 Klärung des Begriffes der Meinungsvielfalt

Meinungsvielfalt ist laut Gesetz das Vorhandensein aller gesellschaftlich relevanten Meinungen. Dennoch ist eine klare Definition des Begriffes der „Vielfalt“ nicht ohne weiteres möglich²⁶. Allein die Abdeckung aller gesellschaftlich relevanten Gruppen erweist sich als schwierig, da die „interne Differenzierung hochentwickelter Gesellschaften [...] potentiell unbegrenzt“ sei²⁷. Daher ist es schwierig, klare Kriterien zu finden, wann ein Programm „Vielfalt“ aufweist. Das Bundesverfassungsgericht fordert „gegenständliche und meinungsmäßige Vielfalt“²⁸, d.h. der Rundfunk muss sowohl in der Breite der behandelten Themen (Gegenstandsvielfalt), als auch in der Breite der Meinungsrichtungen eine Vielfalt aufweisen. Ein einzelner Veranstalter kann durchaus vielfältig im Sinne der Gegenstandsvielfalt sein, wenn er ein möglichst breites Themenspektrum abdeckt²⁹. Gleichzeitig kann eine begrenzte Anzahl an Themen eine Vielzahl unterschiedlicher Meinungen beinhalten.

Die Forderung nach Meinungsvielfalt kann also nicht gedeckt sein, wenn eine Vielzahl von Programmangeboten bei hoher Medienkonzentration besteht³⁰, da in dem Fall zwar eine hohe Gegenstandsvielfalt gewährleistet ist, jedoch keine Vielfalt der Meinungsrichtungen garantiert werden kann, da alle Programme aus einer Hand stammen. Jedoch müsste es genauso problematisch sein, wenn eine Vielfalt an Meinungen zu einem begrenzten thematischen Spektrum bestünde. Dass „Vielfalt“ häufig mit einer Vielzahl an Anbietern gleichgesetzt wird³¹, kann daher durchaus kritisiert werden.

So argumentiert Christoph Engel in der Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, dass ein einziges Unternehmen, welches mehrere Sender kontrolliert, automatisch ein breiteres Themenspektrum abdeckt, da sich die einzelnen Sender selber Konkurrenz machen würden, wenn sie sich inhaltlich stark gleichen. Daher würde ein Unternehmen sich um möglichst unterschiedliche Themen auf den einzelnen Kanälen bemühen.³² In dem Fall ist jedoch die Meinungsrichtungsvielfalt gering, da nur durch eine Vielfalt an Programmanbietern eine Vielfalt an Meinungsrichtungen vorhanden sein kann. Laut Engel würde eine Vielzahl an Anbietern jedoch zunächst

²⁶ vgl. Hallenberger 1997, 10 ff.

²⁷ Kübler 1997, 24

²⁸ BVerfG 83 238

²⁹ vgl. Röper 1997, 71

³⁰ ebenda

³¹ vgl. Röper 1997, 71

³² vgl. Engel 2000, 352 f.

einmal ähnliche Programme senden, um den Massengeschmack zu bedienen³³.

Eine Meinungsvielfalt im Sinne des Bundesverfassungsgerichtes kann nur bestehen, wenn sowohl Gegenstandsvielfalt als auch Meinungsrichtungsvielfalt gewährleistet sind. Sowohl die Breite der dargestellten Themen als auch die Vielzahl der Anbieter sind notwendig, um die Vielfalt der im Rundfunk zum Ausdruck kommenden Meinungen abzudecken. Eine besondere Bedeutung wird dem Vorhandensein vorherrschender Meinungsmacht zugesprochen, die laut § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV dann vermutet wird, wenn ein Rundfunkveranstalter mit seinem Programm einen Zuschaueranteil von 30% erreicht. Demnach spricht das Gericht der reinen Anbietervielfalt offenbar eine stärkere Bedeutung zu als der Gegenstandsvielfalt.

Dennoch ist das Vorhandensein einer Vielfalt an Anbietern alleine noch kein ausreichendes Mittel zur Erhöhung der Meinungsvielfalt. Vielmehr soll sowohl die freie öffentliche und individuelle Meinungsbildung gesichert, als auch „durchgängige diskursivische Programmqualität“ in allen Bereichen des Programms (also auch in Unterhaltung oder Boulevard) gewährleistet sein.³⁴ Für „Programmqualität“ und inhaltliche Vielfalt lassen sich jedoch schwieriger klare Werte definieren, als für das Erreichen eines bestimmten Zuschaueranteils. Daher lässt sich „Meinungsvielfalt“ zwar nicht mit Quoten gleichsetzen³⁵, doch ist es angebracht, die Meinungsmacht von Anbietern zu begrenzen, wenn sie einen hohen Zuschaueranteil erzielen, da eine hohe Wahrscheinlichkeit gegeben ist, dass ein Programm Einfluss auf die Meinungsbildung nimmt, wenn es einen hohen Zuschaueranteil erreicht³⁶.

1.3 Die Notwendigkeit vielfaltssichernder Maßnahmen im Privatfernsehen

Die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen steht im Zentrum der vorliegenden Arbeit. Daher ist die Notwendigkeit von Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen zu untersuchen. Das Bundesverfassungsgericht spricht dem Rundfunk „aufgrund seiner Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft“ eine besondere Rolle im Kommunikationsprozess zu³⁷, er sei wegen seines „vermittelten Anscheins der Authentizität und des Miterlebens sowie seiner bequemen Verfügbarkeit [...] mittlerweile

³³ vgl. ebenda

³⁴ vgl. Stock 1997, 6 f.

³⁵ vgl. ebenda, 26

³⁶ vgl. Schlette 1999, 805

³⁷ Ebsen 2003, 41

zu dem Medium geworden, aus dem der größte Teil der Bevölkerung seinen Informationsbedarf deckt.³⁸

Zudem besteht im Bereich des privaten Rundfunks eine besonders hohe Gefahr der Medienkonzentration. Die Frequenzen sind begrenzt und durch die hohen Kosten für Produktion und Ausstrahlung von Fernsehprogrammen gelingt es nur wenigen großen Unternehmen, sich dauerhaft im Fernsehmarkt zu etablieren und auch die hohen Anlaufverluste zu überwinden. Durch die Werbefinanzierung von Privatsendern sehen sich diese oftmals gezwungen, massenattraktive Inhalte zu senden, um so die Zuschauerzahlen und die Werbeeinnahmen zu erhöhen.³⁹

Die besondere Rolle des Fernsehens könnte in Zeiten des Internets an Bedeutung verlieren, wenn der Großteil der Bevölkerung die Beschaffung von Informationen vom Fernsehen ins Internet verlagert. Durch Internet und digitale Spartenkanäle besteht zwar theoretisch eine hohe Möglichkeit der Meinungsvielfalt, dennoch ist das Fernsehen weiterhin Leitmedium⁴⁰. Trotz steigender Reichweiten des Internets nimmt die Fernsehnutzung in Deutschland derzeit weiterhin zu⁴¹. Entgegengesetzt zu den Prognosen wird das Fernsehen also nicht durch das Internet verdrängt⁴².

Die Informationsbeschaffung verlagert sich zwar derzeit immer mehr ins Internet, jedoch sind auch die dort zu findenden Informationen zu einem großen Teil von herkömmlichen Medienangeboten abgeleitet.⁴³ Im Fernsehmarkt sind die Anbieterstrukturen weitestgehend gefestigt, die RTL Group sowie ProSiebenSat.1 erreichen mit ihren Programmen immer noch die höchsten Zuschaueranteile. Demnach sind vielfaltssichernde Maßnahmen im Fernsehen immer noch angebracht.

1.4 Zwischenfazit

Die Forderung nach Meinungsvielfalt im Fernsehen ergibt sich aus der in Art. 5 GG verankerten Informationsfreiheit sowie der Rundfunkfreiheit. Gefordert ist ein Programm, welches sowohl Gegenstandsvielfalt als auch Meinungsrichtungsvielfalt aufweist. Meinungsrichtungsvielfalt ist gegeben, wenn viele unterschiedliche Anbieter ihre Meinung im Fernsehen verbreiten und dabei die Meinungen gesellschaftlich relevanter Gruppen berücksichtigt werden; Gegenstandsvielfalt wird durch ein breites Themenspektrum

³⁸ BVerfG 97 228

³⁹ vgl. Schlette 1999, 803

⁴⁰ vgl. Malzanini 2010

⁴¹ vgl. van Eimeren/Frees 2010, 346 f.

⁴² vgl. ebenda

⁴³ vgl. Malzanini 2010

erzielt. Das Gesamtangebot im privaten Rundfunk soll die bestehende Vielfalt der Meinungen wiedergeben, wobei jedoch die Vielfalt der Meinungsrichtungen durch klare Grenzwerte (Vermutung der vorherrschenden Meinungsmacht ab 30% Zuschaueranteil) besser gesetzlich zu regulieren ist, als eine inhaltliche Breite des Programms, weswegen die Anforderungen an gegenständliche Vielfalt eher allgemeiner gehalten werden. Da das Fernsehen immer noch einen großen Einfluss auf die individuelle und öffentliche Meinungsbildung hat, bedarf es der Regulierung durch das Gesetz. Aus der Interpretation des Grundgesetzes ergibt sich die Notwendigkeit, „vielfaltssichernde Maßnahmen“ für das Privatfernsehen einzuführen.

2 Hintergründe zum Thema Drittsendelizenzen

Bislang ist geklärt, dass eine Meinungsvielfalt im Rundfunk hinsichtlich der gegenständlichen und der Vielfalt der unterschiedlichen Meinungen gewährleistet werden muss, da der Rundfunk, insbesondere das Fernsehen, einen wichtigen Einfluss auf die öffentliche und individuelle Meinungsbildung ausübt. Aufgrund dieser grundsätzlichen Entscheidungen wurden mehrere Maßnahmen ergriffen, um die Vielfalt im Rundfunk zu erhalten und zu erhöhen. Um in einem späteren Schritt die Angemessenheit der Verpflichtung zur Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte zu bewerten, wird zunächst einmal auf die Hintergründe dieser Regelung eingegangen. So soll zunächst die Entstehung von Fensterprogrammen im Jahr 1988 und die Übernahme dieser Regelung als vielfaltssichernde Maßnahme im dritten RÄStV beleuchtet werden. Der Einfluss von Alexander Kluge und seiner Firma DCTP ist hierbei besonders hervorzuheben. Schließlich sollen die aktuell geltenden Regelungen zur Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte gem. §§ 26 Abs. 5, 31 RStV sowie zur Vergabe von Drittsendelizenzen zusammengefasst werden.

2.1 Die Entstehung von Programmfenstern im Privatfernsehen

Mit der Einführung des Privatfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland begannen die Diskussionen darüber, ob die neuen kommerziellen Sender einen Gewinn hinsichtlich der Meinungsvielfalt darstellen oder ob sie diese Vielfalt durch ein vollständig kommerzialisiertes Programm behindern⁴⁴. Auch die politischen Parteien waren unterschiedlicher Auffassung darüber. So war die SPD dem Privatrundfunk gegenüber stets kritisch eingestellt, während die CDU die Einführung des Privatfernsehens befürwortete. Die politische Haltung der SPD machte sich der Autor und Filmemacher Alexander Kluge zunutze.

Er sah in dem Aufkommen des Privatfernsehens die „klassische Öffentlichkeit“ in Gefahr⁴⁵. Er sprach von einem „Kampf zwischen einem Konzept vom Menschen als bloßem Käufer und Konsumenten einer Unterhaltungsindustrie und der entgegengesetzten Vorstellung vom Menschen, der über seine Wirklichkeit, Sinnlichkeit, Lebenserfahrung selber verfügt“⁴⁶. Bereits bei der Einführung des Privatfernsehens 1984 erklärte er, er würde „jeden Preis, der in Arbeitskraft ausdrückbar wäre, bezahlen, wenn dafür auch

⁴⁴ vgl. Uecker 2000, 13 ff.

⁴⁵ vgl. ebenda, 46

⁴⁶ Kluge 1987, 242

unter den neuen Bedingungen die Strukturen klassischer Öffentlichkeit erhalten werden können“⁴⁷.

Kluge verfügte über Kontakte zur SPD und unterbreitete seine Vorschläge, wie der Einfluss der Privaten eingedämmt werden könne⁴⁸. Seiner Meinung nach bedürfe es nach einem unabhängigen Dritten, der zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendeanstalten vermittele⁴⁹. So stellte er sich vor, dass die Öffentlich-Rechtlichen mit den Privaten zusammen ein Vollprogramm veranstalten könnten. Dieses Programm sollte eine „Dreiteilung“ aufweisen - zu jeweils gleichen Teilen sollten die öffentlich-rechtlichen Anstalten, die Konzerne und die „Formen klassischer Öffentlichkeit“ das Programm füllen. Für die Wahrung der „klassischen Öffentlichkeit“ sollte seine neu gegründete „Arbeitsgemeinschaft Kabel und Satelliten-Programm“ (AKS) Programm herstellen.⁵⁰

Kluge zeigte sich damals als „Kultur-Lobbyist“⁵¹, der um jeden Preis das, was er unter „klassischer Öffentlichkeit“ verstand, im Fernsehen unterzubekommen versuchte. Die Landesregierung Nordrhein-Westfalens (SPD) war bereit, dieses Vorhaben Kluges zu unterstützen, indem sie im LRG 1985 die Veranstaltung eines gemeinsamen Rundfunkprogrammes genehmigte⁵². An diesem sollte die AKS zusammen mit dem WDR und dem WAZ-Konzern beteiligt sein. Das Vorhaben wurde allerdings nie in die Tat umgesetzt, da sich der WAZ-Konzern wieder aus dem Projekt herausgezogen hatte⁵³.

Kluge profitierte allerdings von seinen bereits bestehenden Kontakten zur NRW-Landesregierung als es um die Vergabe der terrestrischen Frequenzen ging. Diese waren besonders beliebt, da der Werbemarkt im bevölkerungsreichsten Bundesland der Republik entsprechend als einer der wichtigsten in Europa galt⁵⁴. Auf Kluges Vorschlag hin erließ die Regierung im LRG 1988 ein Gesetz, nach dem Vollprogramme bei der Vergabe von Frequenzen bevorzugt werden sollten⁵⁵. „Vollprogramme“ sind laut Definition im Rundfunkgesetz NRW von 1988 „Rundfunkprogramme, die wesentliche Anteile an Information, Bildung und Unterhaltung enthalten“⁵⁶. Außer-

⁴⁷ zit. n. Uecker 2000, 49

⁴⁸ vgl. Siemons 1994, 104

⁴⁹ vgl. Kluge 1987, 241 f.

⁵⁰ vgl. ebenda

⁵¹ Uecker 2000, 53

⁵² vgl. ebenda, 52

⁵³ vgl. ebenda, 53

⁵⁴ vgl. Makowsky 1993

⁵⁵ § 7 Abs. (2) Satz 1 LRG NRW idF v. 11.01.1988

⁵⁶ § 2 Abs. (3) LRG NRW idF v. 11.01.1988

dem seien laut § 7 Abs. 2 Satz 2 diejenigen Antragsteller zu bevorzugen, die eine größere Meinungsvielfalt erkennen lassen. Im Programm müsse ein gewisses Maß an Kultur und anspruchsvoller Journalismus vorhanden sein, um vorrangig eine Sendelizenz zu erhalten⁵⁷. Die Anbieter RTLplus und Sat.1, die sich um eine Sendelizenz in Nordrhein-Westfalen bewarben, konnten eine derartige Vielfalt nicht aufweisen.

1987 gründete Alexander Kluge zusammen mit der Werbeagentur Dentsu seine „Development Company for Television Program“ (DCTP). Ein Jahr später schloss sich der Spiegel-Verlag an. Kluge bot den beiden Privatsendern eine Kooperation an: Er würde ihnen genau das bieten, was ihnen noch fehlte, um die begehrten Sendefrequenzen in Nordrhein-Westfalen zu erhalten. Er schloss Verträge mit RTLplus und Sat.1, welche daraufhin in ihrem Antrag auf Zulassung ihre Pläne zur Abgabe von „Fensterplätzen“ an „selbstständige Programmproduzenten“ vorweisen konnten.⁵⁸ RTLplus und Sat.1 konnten sich so gegen den Mitbewerber Tele5 durchsetzen und bekamen die Frequenzen zugeteilt. Laut § 6 Abs. 4 war es zulässig, dass mehrere Veranstalter jeweils eine eigene Zulassung für eine bestimmte Frequenz erhalten, sofern sich aus den getrennten Programnteilen ein Vollprogramm ergibt. Die DCTP bekam sowohl für RTLplus als auch für Sat.1 eine eigene Lizenz, um ein Programmfenster zu bespielen⁵⁹.

Aufgrund dieser eigenen Lizenz war es den Privatsendern nachträglich nicht mehr möglich, die Produktionen von Kluge wieder aus dem Programm zu nehmen, ohne ihre eigene Lizenz zu verlieren⁶⁰. Kluge hat es somit durch seine „geschickte Lobby-Arbeit mit der Hilfe von einflussreichen Sozialdemokraten“⁶¹ geschafft, sich ein Programmfenster im Programm der beiden bundesweiten Vollprogramme zu sichern, in denen er seine Vorstellungen einer „klassischen Öffentlichkeit“ verwirklichen konnte.

„So ist die sozialdemokratische Bestandsgarantie für Kultur und kritischen Journalismus im kommerziellen Medienschwungel unterderhand übergegangen in eine Bestandsgarantie für die dctp und Kluge. Kluge und Kultur sind, so wie die Dinge liegen, in der Medienöffentlichkeit der Bundesrepublik ein und dasselbe“⁶²

⁵⁷ vgl. Makowsky 1993

⁵⁸ vgl. Uecker 2000, 58

⁵⁹ vgl. Ebsen 2003, 30

⁶⁰ vgl. Siemons 1994, 107

⁶¹ Uecker 2000, 59

⁶² Siemons 1994, 107

Alexander Kluge hat dank seiner Beziehungen zur SPD die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass er mit seinen Produktionen dauerhaft im Programm von RTL und Sat.1 vertreten sein kann. Sicherlich hat er es dadurch erreicht, dass im kommerziellen Fernsehen auch Bereiche abgedeckt werden, die die Sendeanstalten ansonsten nicht freiwillig senden würden. Allerdings hat er auch ein Interesse daran, dass er selbst derjenige ist, der diese Lücken im Programm der Privatsender füllt. Er möchte seine eigenen Vorstellungen von „klassischer Öffentlichkeit“ mit dem Programm der DCTP verwirklichen.

2.2 Die Novellierung der Konzentrationskontrolle im Rundfunkstaatsvertrag

Die Fensterprogramme, die seit 1988 bereits im privaten Fernsehen bestanden, ergaben sich aus Auflagen im Landesrundfunkgesetz NRW hinsichtlich der Bevorzugung von Vollprogrammen. Diese waren lediglich auf die terrestrischen Frequenzen in NRW bezogen. Bezüglich der Frequenzen in anderen Bundesländern, sowie der Kabel- und Satellitenfrequenzen bestanden nur „individualvertragliche Vereinbarungen“, die auch die Übernahme der Fensterprogramme in das bundesweite Programm von RTL und Sat.1 beinhalteten⁶³. Die Verpflichtung zur Abgabe an Sendezeit für unabhängige Dritte wurde als eine der „vielfaltssichernden Maßnahmen“ in den novellierten Rundfunkstaatsvertrag übernommen, der am 1.1.1997 in Kraft trat.

Bislang gab es im Rundfunkstaatsvertrag Regelungen zur Konzentrationskontrolle, die besagten, dass ein Rundfunkveranstalter nur zwei Programme veranstalten durfte, darunter nur ein bundesweites Vollprogramm bzw. ein Spartenprogramm mit dem Schwerpunkt Information⁶⁴. Diese Kontrolle wurde im dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag grundlegend verändert. Ziel war es, die Konzentrationskontrolle zu liberalisieren, um weitere Expansionen in Zeiten der Globalisierung und Digitalisierung zu ermöglichen⁶⁵. Die „Zeit“ schrieb gar, der neue Rundfunkstaatsvertrag sei ein „Abschied von der Konzentrationskontrolle“⁶⁶, da ein Rundfunkveranstalter nach der neuen Regelung eine beliebige Anzahl von Programmen veranstalten dürfe. Anstelle der Begrenzung auf zwei Programme trat das Zuschaueranteilsmodell, welches von vorherrschender Meinungsmacht ausgeht, wenn ein Veranstalter mit seinen Programmen einen jährlichen Zu-

⁶³ vgl. Ebsen 2003, 31

⁶⁴ vgl. Stock 1997, 1

⁶⁵ vgl. ebenda, 2

⁶⁶ Lillenthal 1996

schaueranteil von 30% erreicht⁶⁷. Der dritte RÄStV akzeptiere die bereits fortgeschrittene Medienkonzentration: Die Öffentlich-Rechtlichen haben damals bereits insgesamt 40% Zuschaueranteil erreicht, jetzt dürften die verbliebenen 60% auf Bertelsmann und die Kirch-Gruppe verteilt werden⁶⁸. Außerdem handelt es sich bei den 30% Zuschaueranteil um „vermutete“ Meinungsmacht, also kein fest definierter Grenzwert, der immer noch einen Ermessensspielraum offen lässt. Aufgrund der Höhe des Zuschaueranteils, ab dem vorherrschende Meinungsmacht vermutet wird, war es Einigen auch zweifelhaft, ob dieser jemals erreicht würde⁶⁹.

Unter den vielfaltssichernden Maßnahmen im RStV ab 1997 waren allerdings auch sogen. „vorbeugende Maßnahmen“ enthalten, die auch seit Inkrafttreten Verwendung fanden. In der amtlichen Begründung zum RStV heißt es, es müsse sicher gestellt werden, dass es nicht zu einer Konzentration von Meinungsmacht kommt, weil der Zustand der vorherrschenden Meinungsmacht nur mit erheblichem Aufwand wieder rückgängig gemacht werden könne⁷⁰. In § 26 Abs. 5 ist die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte festgesetzt, sobald ein Veranstalter mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm im Bereich Information einen jährlichen Zuschaueranteil von 10% erreicht. Dieses traf seit Inkrafttreten des novellierten RStV bis heute auf die Programme RTL und Sat.1 zu. Die Abgabe zur Sendezeit für unabhängige Dritte ist näher in § 31 RStV (Siehe nächstes Unterkapitel) näher geregelt.

Die Regelungen in § 31 gehen auf den sogen. „Kompromiss von Bad Neuenahr“ zurück. Das Zuschaueranteilsmodell war eine Forderung der CDU-geführten Bundesländer, die nur durchgesetzt werden konnte, wenn auch die Forderung der SPD-geführten Länder nach Sendezeit für unabhängige Dritte erfüllt würde.⁷¹ Die Veranstalter hielten diese Regelung für „unvertretbare Belastungen in einem sich verschärfenden Wettbewerb“⁷². Sie sahen sich in ihrer Rundfunkfreiheit eingeschränkt und fürchteten um ihre Marktposition, falls die ihnen aufgetragenen unabhängigen Dritten etwas auf ihrer Frequenz verbreiteten, was mit ihrem Programm unverträglich sei⁷³. Aufgrund dieser Diskussion standen mehrere Modelle im Raum, wie die Vorgaben des RStV praktisch umgesetzt werden könnten. Schließlich

⁶⁷ § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV

⁶⁸ vgl. Stock 1997, 35 sowie Dörr 1996, 626

⁶⁹ vgl. Lilienthal 1996

⁷⁰ Hartenstein/Ring/Kreile et al. 2001, § 31 RStV, 2

⁷¹ vgl. ebenda, 6

⁷² ebenda

⁷³ vgl. ebenda, 7

wurde ein Kompromiss gefunden zwischen der Auswahl eines Dritten durch die Landesmedienanstalten und der Auswahl durch den Hauptprogrammveranstalter.

2.3 Rechtliche Regelungen zur Abgabe von Drittsendezeit in § 31 RStV

Im RStV ist die Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte in § 31 konkret geregelt. Es finden sich dort Angaben über die Dauer der abzugebenden Sendezeit, sowie zur Unabhängigkeit des Fensterprogrammveranstalters vom Hauptveranstalter und zum Vergabeverfahren. Folgende Richtlinien werden in § 31 für die Abgabe von Drittsendezeit vorgeschrieben:

- Fensterprogramme sollen laut Absatz 1 einen Beitrag zur Vielfalt im Programm insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information leisten. Die amtliche Begründung hierzu ist, dass private Veranstalter „vorwiegend den Unterhaltungsbereich pflegen“⁷⁴, und deren Programm deswegen in den genannten Bereichen ergänzt werden soll. Das Fensterprogramm soll in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter gestaltet werden.
- Absatz 2 schreibt die Dauer der abzugebenden Sendezeit fest. 260 Minuten müssen wöchentlich für unabhängige Dritte abgegeben werden. Laut der amtlichen Begründung liegen die Gründe dieser Mindestanforderung in der Wirksamkeit der vielfaltssichernden Maßnahme. Mindestens 75 Minuten davon müssen in der Sendezeit zwischen 19.00 und 23.30 Uhr liegen. Dies diene der „Bemerkbarkeit“ des Fensterprogramms, da zu dieser Sendezeit eine hohe Sehbeteiligung erwartet wird, außerdem könne so die finanzielle Grundlage für ein qualitätsvolles Programm geschaffen werden. Auf die 260 Minuten Drittsendezeit pro Woche können Regionalfensterprogramme bis 150 Minuten pro Woche mit bis zu 80 Minuten pro Woche angerechnet werden, sofern sie in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter produziert werden und bundesweit mindestens 50% aller Haushalte erreichen.
- Absatz 3 verbietet die rechtliche Zugehörigkeit des Fensterprogrammveranstalters zum Hauptprogrammveranstalter. Hierbei verweist er auf § 28 RStV, laut dem einem Unternehmen sämtliche Programme anzurechnen sind, an deren Veranstalter es mit 25% an Kapital oder Stimmrechten beteiligt ist. Dies bedeutet, ein Fensterprogrammveranstalter würde dann dem Hauptveranstalter zuge-

⁷⁴ ebenda

rechnet werden, wenn dieser 25% Beteiligung am Fensterprogrammveranstalter besitzt. In allen anderen Fällen gilt das Fensterprogramm als rechtlich unabhängig.

- In Absatz 4 sind die Grundsätze zur Vergabe von Drittsendelizenzen dargelegt. Zunächst wird das Fensterprogramm von der zuständigen Landesmedienanstalt ausgeschrieben. Die eingehenden Anträge werden von dieser geprüft, die zulassungsfähigen Anträge werden daraufhin mit dem Hauptprogrammveranstalter erörtert. Ziel ist es, eine einvernehmliche Auswahl zu treffen. Die amtliche Begründung zum RStV sieht diese einvernehmliche Auswahl als Notwendigkeit an, da nur so die berechtigten Interessen des Hauptprogrammveranstalters hinsichtlich seiner Programmfarbe und seines Programmschemas gewahrt werden können. Kommt es nicht zur einvernehmlichen Auswahl, kann der Hauptprogrammveranstalter der Landesmedienanstalt einen Dreivorschlag unterbreiten. Aus diesem wählt sie einen Fensterprogrammveranstalter aus, der ihrer Meinung nach die größte Vielfalt erwarten lässt. Für den Fall, dass nicht mehr als drei zulassungsfähige Anträge vorliegen, wählt die Landesmedienanstalt unmittelbar einen davon aus.
- Laut Absatz 5 schließen Hauptprogrammveranstalter und Fensterprogrammveranstalter eine Vereinbarung über die Ausstrahlung des Fensterprogramms. Besonderer Wert wird auf die Vereinbarung zur Finanzierung des Fensterprogrammveranstalters gelegt. Der Hauptprogrammveranstalter hat für eine ausreichende Finanzierung zu sorgen, welche allerdings im RStV nicht näher definiert ist.
- Absatz 6 besagt schließlich, dass dem Fensterprogrammveranstalter, nachdem eine angemessene Vereinbarung getroffen wurde, eine eigene rundfunkrechtliche Lizenz erteilt wird. In Satz 3 wird auch deutlich gemacht, dass der Hauptprogrammveranstalter nicht dafür zu entschädigen ist, dass seine eigene Zulassung teilweise widerrufen wird. Die amtliche Begründung besagt dazu, es handele sich nicht um Enteignung durch Auferlegung eines Sonderopfers, sondern um „notwendige und für alle betroffenen Kreise gleichmäßig geltende Regelungen zur Ausgestaltung der positiven Rundfunkordnung“⁷⁵. Die Zulassung wird normalerweise für drei Jahre ausgesprochen.

⁷⁵ ebenda

2.4 Die nähere Ausgestaltung der Vergabe der Drittsendezeiten

Die Landesmedienanstalten haben, wie in § 33 RStV gefordert, eine gemeinsame Richtlinie erlassen, wie die vielfaltssichernden Maßnahmen auszugestalten sind. In dieser Drittsendezeitrichtlinie (DSZR) werden hauptsächlich nähere Vorgehensweisen zur Vereinbarung zwischen Hauptveranstalter und Fensterprogrammveranstalter, sowie zur Sendezeit und zur Finanzierung geregelt. Auch die KEK ist in den Auswahl- und Vergabeprozess involviert. Nachdem sie anfangs kritisierte, dass sie nicht ausreichend in das Vergabeverfahren mit einbezogen wurde, hat sie ein eigenes Schema eingeführt, wie sie bei der Vergabe mitwirkt.

In der Drittsendezeitrichtlinie wird näher geregelt, wie die Sendezeit für Fensterveranstalter auszugestalten ist. In Ziffer 3 der Richtlinie wird beispielsweise die Ausgestaltung der Sendezeit näher festgelegt. So schließt Ziffer 3.2. die zulässige Werbezeit mit in die Drittsendezeit ein, außerdem sollen Fensterprogramme laut 3.3. feste, wiederkehrende Sendeplätze erhalten, was der „eigenständigen Erkennbarkeit“ der Fensterprogramme dienen soll. Die vereinbarten Sendezeiten dürfen nur in Ausnahmefällen verschoben werden, beispielsweise wenn ein Hauptprogrammveranstalter aufgrund eines Feiertages sein Programm umstellt (3.4.2. DSZR), auch geringe zeitliche Verschiebungen aufgrund von Liveübertragungen sind nach 3.4.3. gestattet, wobei allerdings Fensterprogramme, die im Zeitrahmen zwischen 19.00 und 23.30 Uhr ausgestrahlt werden sollen, auch nur innerhalb dieses Zeitrahmens verschoben werden dürfen. Die Anrechenbarkeit von Regionalfensterprogrammen ist im Punkt 3.5. näher geregelt. Insbesondere wird dort geklärt, wann ein Regionalfensterprogramm rundfunkrechtlich unabhängig ist und auf welche Art und Weise die Zuschauerreichweiten ermittelt werden.

Die Auswahl des Hauptprogrammveranstalters lt. § 31 Abs. 4 RStV wird ebenfalls in der DSZR näher geregelt. Hier wird das Vergabeverfahren in den einzelnen Schritten erläutert und auch die Aufgabe der KEK wird festgeschrieben. Laut DSZR muss in allen Verfahrensschritten das Benehmen mit der KEK hergestellt werden. „Benehmen“ bedeutet in dem Fall nicht, dass die Zustimmung der KEK erforderlich ist. Die zuständige Landesmedienanstalt soll sich jedoch sachlich mit der Position der KEK auseinandersetzen und diese in der Entscheidung berücksichtigen.⁷⁶ Die KEK hat ihrerseits ein Prüfungsschema für die Vergabe von Drittsendelizenzen eingeführt⁷⁷. Die KEK wirkt vor der Ausschreibung der Drittsendelizenzen

⁷⁶ vgl. Dörr 1998, 58

⁷⁷ KEK-Mitteilung 5/07 auf <http://www.kek-online.de/Inhalte/rechtsgrundlagen.htm>

mit (Berechnung der Zuschaueranteile, Beurteilung, inwiefern Regionalfensterprogramme angerechnet werden können) und stellt eine Empfehlung für die zeitliche Platzierung aus.

Vor der Ausschreibung schreibt § 31 Abs. 4 RStV eine Erörterung mit dem Hauptveranstalter vor. Diese beinhaltet hauptsächlich die Frage, auf welche Sendezeiten die Drittsendelizenzen verteilt werden sollen. Möglich ist die Ausschreibung der Drittsendezeit als Ganzes oder die Ausschreibung einzelner Sendeplätze. Danach erfolgt die Ausschreibung nach landesrechtlichen Vorschriften. Die eingehenden Anträge werden auf ihre Zulassungsfähigkeit geprüft, wobei wiederum das Benehmen mit der KEK gefordert ist. Diese prüft die eingehenden Anträge auf rechtliche und redaktionelle Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter. Außerdem wird laut KEK-Mittlung 5/07⁷⁸ der zusätzliche Vielfaltsbeitrag zum Programm des Hauptprogrammveranstalters geprüft. Die KEK prüft dabei vor allem die Inhalte des Fensterprogramms, sowie die wiederholte Zulassung als Fensterprogrammveranstalter und sonstige Aktivitäten des Bewerbers im Fernsehbereich.

Die zulassungsfähigen Anträge werden nun von der zuständigen Landesmedienanstalt mit dem Hauptprogrammveranstalter mit dem Ziel einer einvernehmlichen Auswahl erörtert. Wenn diese nicht zustande kommt, wählt die Landesmedienanstalt aus dem Dreivorschlag des Senders den Bewerber aus, der aus ihrer Sicht den größten Vielfaltsbeitrag erwarten lässt. In 5.5. DSZR ist zur Prüfung des größten Vielfaltsbeitrages vorgeschrieben, dass ebenfalls nach inhaltlicher Ausrichtung und ergänzendem Beitrag zum Hauptprogramm entschieden wird, außerdem sei aber noch die Leistungsfähigkeit, sowie die mehrfache Zulassung eines Fensterveranstalters zu berücksichtigen. Vor der endgültigen Zulassung des Bewerbers ist erneut das Benehmen mit der KEK einzuholen. Diese prüft die Vereinbarung zwischen Fensterprogrammveranstalter und Hauptveranstalter auf ihre Angemessenheit, insbesondere im Hinblick auf die Vereinbarungen zur Finanzierung.

Letztere Vereinbarung zur Finanzierung ist wiederum in der DSZR näher dargelegt. Ziffer 6 beschäftigt sich mit der Vereinbarung zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter mit besonderem Fokus auf die „angemessene Finanzierung“. Ziffer 6.2. sieht eine Finanzierung dann als angemessen an, „wenn sie sich an den durchschnittlichen Programmkosten des Hauptveranstalters für vergleichbare Sendeplätze orientiert“. Außerdem sind mehrere Möglichkeiten der Finanzierung beschrieben: So ist

⁷⁸ vgl. ebenda

die Eigenvermarktung des Fensterveranstalters ebenso möglich wie die Fremdvermarktung durch den Hauptveranstalter oder unmittelbare Programmkostenzuschüsse durch den Hauptveranstalter gegen Übertragung des Vermarktungsrechts. Der Hauptprogrammveranstalter hat außerdem den Fensterveranstalter zu entschädigen, wenn ihm durch Verschiebung der Sendezeit laut Ziffer 3.4.2 ein Schaden entsteht. Ziffer 6.3. schreibt schließlich ein erneutes Auswahlverfahren vor, sofern der Fensterprogrammveranstalter das Angebot des Senders nicht innerhalb der von der Landesmedienanstalt gesetzten Frist annimmt. Ziffer 7 schreibt schließlich die Zulassung des Fensterprogramms vor, die auf drei Jahre zu erteilen ist, in Ausnahmefällen aber auch für bis zu fünf Jahre erteilt werden kann, damit die Zulassung des Fensterprogrammveranstalters mit der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters zusammenfällt.

2.5 Zwischenfazit

In diesem Kapitel wurde aufgezeigt, wie die momentanen rechtlichen Regelungen zur Einräumung von Sendezeit an unabhängige Dritte entstanden sind und wie sie derzeit rechtlich festgelegt sind. Es zeigt sich vor allem an der Geschichte der Fensterprogramme nach dem NRW-Modell aus dem Jahr 1988, dass Alexander Kluge durch seine politischen Kontakte und seine Lobbyarbeit für das, was er als die „klassische Öffentlichkeit“ bezeichnet, erheblich dazu beigetragen hat, dass die Regelungen in ihrer jetzigen Form entstanden sind. Nach der Novellierung des RStV 1996 wurde dieses Modell nun als „vielfaltssichernde Maßnahme“ übernommen mit dem Ziel, einen zusätzlichen Vielfaltsbeitrag zu erzielen. Die rechtlichen Regelungen, die Kluge 1988 dazu genutzt hat, seine Programme als „Gegenproduktionen“ im Fernsehen zu verankern⁷⁹, wurden nun bundesweit übernommen. Der in diesem Kapitel dargestellte rechtliche Rahmen zur Einräumung von Drittsendezeiten ist die Basis, auf deren Grundlage die aktuelle Situation der Fensterprogramme sowie die Beziehungen zum Sender untersucht werden sollen.

⁷⁹ vgl. Schulte 2002

3 Fensterprogrammveranstalter in Deutschland

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden, ob die heute ausgestrahlten Fensterprogramme tatsächlich einen Beitrag zur Vielfalt darstellen. Die grundsätzliche Kritik an der Drittsendezeitregelung befasst sich hauptsächlich damit, dass die Sender sich die Veranstalter aussuchen, die ihnen besonders genehm sind, und dass Kluges DCTP eine Vormachtstellung im deutschen Fernsehen besitze. Bevor diskutiert werden kann, inwiefern insbesondere die DCTP einen Beitrag zur Vielfalt leistet, soll zunächst die aktuelle Situation im deutschen Fernsehen dargelegt werden. Es sollen die momentan ausgestrahlten Fensterprogrammveranstalter vorgestellt werden. Auch der Frage der mehrfachen Lizenzierung und der „Ungleichbehandlung“ der Bewerber um Drittsendezeiten soll in diesem Kapitel nachgegangen werden, wobei insbesondere die DCTP in den Fokus genommen wird. Hierzu soll durch Analyse der bisherigen Vergabeverfahren die Frage angerissen werden, weshalb scheinbar jedes Mal dieselben Veranstalter die Lizenzen erhalten. Vermutet wird, dass sämtliche zugelassenen Fensterveranstalter gewisse Beziehungen zum Hauptprogrammveranstalter aufweisen.

3.1 Überblick über alle Fensterprogramme

Seit Inkrafttreten der vielfaltssichernden Maßnahmen im Jahr 1997 traf die Regelung zur Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte ausschließlich auf die Sender RTL und Sat.1 zu, da nur diese einen Zuschaueranteil von 10% vorweisen konnten. Trotz der häufig geäußerten Vermutung, dass ProSieben den Wert ebenfalls in naher Zukunft überschreiten werde⁸⁰ ist dieser Zustand bis heute nicht eingetroffen. RTL konnte 2009 einen jährlichen Zuschaueranteil von 12,5% erreichen, Sat.1 erreichte 10,4%⁸¹. RTL hat nach Abzug von 80 Minuten für Regionalfensterprogramme eine wöchentliche Sendezeit von 180 Minuten für unabhängige Dritte zur Verfügung zu stellen. Davon werden 120 Minuten von der DCTP und 60 Minuten von AZ Media bespielt.

⁸⁰ so auch Lilienthal 1996

⁸¹ vgl. <http://www.kek-online.de/cgi-bin/esc/zuschauer.html> (29.07.2010)

Folgende Sendungen werden im Rahmen einer Drittsendelizenz bei RTL ausgestrahlt:⁸²

- Sonntags, 45 Minuten zwischen 22.15-23.30 Uhr „Spiegel TV“ (DCTP)
- Sonntags, 30 Minuten zwischen 23.00-23.45 Uhr „Die große Reportage“ (AZ Media)
- Sonntags, 15 Minuten zwischen 23.30-00.15 Uhr „Faszination Leben“ (DCTP)
- Montags, 23.30-00.00 Uhr „30 Minuten Deutschland“ bzw. „future TREND Reportage“ (AZ Media)
- Montags, 00.30-01.00 Uhr „10 vor 11“ (DCTP)
- Mittwochs, 22.15-22.45 Uhr „Stern TV“ (DCTP)

75 Minuten müssen zwischen 19.00 und 23.30 Uhr ausgestrahlt werden. Dies wird durch 30 Minuten „Stern TV“ ab 22.15 Uhr sowie 45 Minuten „Spiegel TV“ zwischen 22.15 und 23.30 Uhr erreicht. Zu beachten ist, dass die tatsächlichen Startzeiten sonntags variieren, da im Vorfeld ein Spielfilm ausgestrahlt wird. „Spiegel TV“ sendet stets im Anschluss an diesen Film, gefolgt von „die große Reportage“ und „Faszination Leben“. Ebenfalls zu beachten ist, dass „Stern TV“ mit 30 Minuten in die Drittsendezeit eingerechnet wird, die Sendung tatsächlich allerdings 105 Minuten dauert.

Bei Sat.1 werden ebenfalls Regionalfensterprogramme mit 80 Minuten angerechnet. Die Drittsendezeit von insgesamt 180 Minuten wird von der DCTP (75 Minuten) und der News and Pictures (105 Minuten) bespielt. Folgende Sendungen werden in Sat.1 im Rahmen einer Drittsendelizenz ausgestrahlt:

- Sonntags, 08.00 - 09.00 Uhr „Weck Up“ (News and Pictures)
- Sonntags, 22.45 - 23.30 Uhr „Planetopia“ (News and Pictures)
- Sonntags, 45 Minuten zwischen 23.30 und 01.15 Uhr „News and Stories“ (DCTP),
- Montags, 30 Minuten zwischen 22.45 und 23.30 Uhr „Spiegel TV Reportage“ oder „Focus TV Reportage“ (DCTP)

⁸² Quelle hierfür sind offizielle Angaben der Produktionsfirmen sowie eigene Recherche im Programm und eine Übersicht über die DCTP-Sendungen in KEK 461-2

Die geforderten 75 Minuten zwischen 19.00 und 23.30 Uhr werden durch 45 Minuten „Planetopia“ ab 22.45 sowie 30 Minuten „Spiegel TV Reportage“ oder „Focus TV Reportage“ zwischen 22.45 und 23.30 Uhr erreicht.

3.2 Fensterprogrammveranstalter bei RTL und Sat.1

Von 1997 bis heute wurden in jedem Vergabeverfahren dieselben Anbieter von Fensterprogrammen lizenziert. Sie alle standen bereits mehrfach in der Kritik, nicht völlig unabhängig vom Hauptprogrammveranstalter zu sein und somit auch keinen Vielfaltsgewinn darzustellen. Die FAZ schreibt gar, die Sender lösen das „Problem“ der Drittsendezeiten, indem sie ihre ehemaligen Mitarbeiter eigene Produktionsfirmen gründen lassen, welche diese Fenster bespielen sollen⁸³. Rechtlich vorgeschrieben ist laut § 31 Abs. 3 RStV, dass kein rechtliches Abhängigkeitsverhältnis zwischen dem Hauptprogrammveranstalter und dem Fensterprogrammveranstalter nach § 28 RStV bestehen darf. Neben der DCTP, auf die noch näher eingegangen werden soll, sind folgende Anbieter von Fensterprogrammen derzeit lizenziert:

3.2.1 AZ Media GmbH

Die AZ Media GmbH wurde 1995 in Hannover unter dem Namen Center TV Production GmbH gegründet. Seit 1997 bespielt das Unternehmen Fensterplätze bei RTL. Gründer des Unternehmens ist Andre Zalbertus, ein ehemaliger Mitarbeiter von RTL. Angesichts dieser Tatsache wurde im Fall von AZ Media mehrfach an der „Unabhängigkeit“ gezweifelt⁸⁴. In der Behauptungsherstellung mit der KEK bei der erneuten Zulassung der Center TV Production GmbH wurde auf diese Bedenken eingegangen. Die KEK sieht in der Tatsache, dass der Geschäftsführer des Unternehmens einmal bei RTL tätig war, keine rechtliche Abhängigkeit⁸⁵. Auch die Tatsache, dass zwischen Center TV und RTL ein Vertrag über Programmlieferungen bestand, sah die KEK ohne Bedenken und berief sich auf § 31 Satz 3 RStV, der eine rechtliche Abhängigkeit nur unter der Voraussetzung von § 28 RStV als gegeben ansieht⁸⁶.

Die AZ Media sendet die Reportageformate „30 Minuten Deutschland“, „die Große Reportage“ sowie „trend REPORTAGE“ und „future TREND Reportage“. In den Angaben zur Sendung „30 Minuten Deutschland“ auf

⁸³ vgl. Hanfeld 2007

⁸⁴ so z.B. Niggemeier 2006

⁸⁵ vgl. KEK-041, 6

⁸⁶ vgl. ebenda

der Homepage von AZ Media nimmt das Unternehmen klaren Bezug zum geforderten Vielfaltsbeitrag. So heißt es dort:

„30 Minuten Deutschland' portraitiert Menschen, die nicht im Rampenlicht des öffentlichen und des kommerziellen Interesses stehen: Menschen, die anderen helfen, Menschen, die ihr Leben für andere aufs Spiel setzen, Menschen, die ihr Leben trotz schwerer Schicksalsschläge meistern und anderen ein Vorbild sind. Menschen, die Visionen haben, die Träume haben, die von der Norm abweichen und genau deshalb einen wichtigen Kontrapunkt zum Mainstream setzen: Ob als hochbegabtes Kind im Plattenbau, als Hausfrau, Mutter und praktizierende Domina in einer Person oder als Prüfer von Scheinehen. Nicht die breite Masse der ‚Ottonormalbürger‘ steht im Mittelpunkt der Reportage, sondern Minderheiten, die - sowohl positiv als auch negativ - prägend für das gesellschaftliche Gefüge Deutschlands sind.“⁸⁷

Besonders der letzte Satz aus dieser Beschreibung lässt erkennen, dass das Format zumindest laut Beschreibung des Unternehmens jenen gesellschaftlich relevanten Gruppen eine Plattform bieten möchte, die im „Mainstream“ keine oder nur wenig Beachtung finden, was wiederum ein Vielfaltsgewinn hinsichtlich des in Kapitel 1 definierten Vielfaltsbegriffes darstellen würde.

„Die Große Reportage“ verfolgt ein ähnliches Konzept, in der Beschreibung auf der Homepage finden sich ebenfalls Wörter wie „gesellschaftliche Relevanz“, die Protagonisten leisten „durch ihr Engagement und ihren kulturellen, ethnischen oder humanistischen Hintergrund einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag“⁸⁸. Die Beschreibung zum Format „trend REPORTAGE“ lässt ebenfalls keinen großen inhaltlichen Unterschied zu den anderen beschriebenen Sendungen erkennen⁸⁹. Lediglich das Format „future TREND Reportage“ setzt einen inhaltlichen Schwerpunkt in den Bereichen „Bildung, Gesundheit, Medizin, Natur und Umwelt“⁹⁰, was den Anforderungen des § 31 Abs. 1 Satz 1 RStV entspricht.

Die Formate der AZ Media weisen laut Beschreibungen einen klaren Bezug zu den Vielfaltsaspekten des § 31 RStV auf. Es kann hier keine Aussage darüber getroffen werden, ob die aufgezählten Formate diesem Vielfaltsgebot tatsächlich nachkommen. Entsprechende Untersuchungen werden in Kapitel 5 für die Sendungen der DCTP angestellt. Jedoch lässt sich zu den AZ Media - Formaten bemerken, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Formaten eher gering zu sein scheinen. Ebenfalls sei auf eine Besonderheit beim Format „future TREND Reportage“ hingewiesen.

⁸⁷ http://www.azmedia.de/30_minuten_deutschland.html (17.06.2010)

⁸⁸ http://www.azmedia.de/die_grosse_reportage.html (17.06.2010)

⁸⁹ vgl. http://www.azmedia.de/trend_reportage.html (17.06.2010)

⁹⁰ vgl. ebenda

Wie Medienjournalist Stefan Niggemeier in seinem Blog schreibt, wird dieses Format von der Produktionsfirma Focus TV produziert, die ebenfalls das Magazin „Focus TV“ auf ProSieben produziert. Es sei bereits vorgekommen, dass ein Beitrag aus „Focus TV“ im Format „future TREND“ im Jahr 2006 wiederholt wurde.⁹¹

3.2.2 News and Pictures GmbH & Co KG

Das Unternehmen News and Pictures produziert seit 1997 Fensterprogramme in Sat.1. Geschäftsführer des Unternehmens ist Josef Buchheit, ein ehemaliger Mitarbeiter von Sat.1, der mit seiner Produktionsfirma TVIIIa bereits das Sat.1-Regionalprogramm „17:30 live“ für Rheinland-Pfalz und Hessen produziert⁹². Es bestünden laut KEK Zweifel hinsichtlich der redaktionellen Unabhängigkeit des Unternehmens, da Buchheit von Sat.1 wirtschaftlich abhängig sein könnte⁹³. Als 2003 das Benehmen mit der KEK zur wiederholten Zulassung von News and Pictures hergestellt werden sollte, zitierte diese eine Stellungnahme der LPR zu diesen Bedenken, die sich „in der Praxis als haltlos erwiesen hätten“⁹⁴, und dass das Unternehmen schon allein wegen seiner eigenen Lizenz redaktionelle Unabhängigkeit zu Sat.1 aufweise.

Es wurde außerdem behauptet, dass bei der Entscheidung für die News and Pictures Standortentscheidungen eine Rolle gespielt haben könnten, da das Unternehmen News and Pictures über 50 Arbeitsplätze in Mainz schaffen wollte⁹⁵. Tatsächlich hatte in diesem Fall der Sender im Jahr 1997 den Vorschlag der Landesmedienanstalt angenommen, News and Pictures zu lizenzieren, anstatt selber eine Wahl zu treffen, die er mit der Landesmedienanstalt zwecks einvernehmlicher Auswahl erörterte⁹⁶. Sämtliche Bedenken der KEK wurden von der LPR zurückgewiesen. Da die Landesmedienanstalt sich mit den Einwänden der KEK auseinandergesetzt hatte, galt das Benehmen als hergestellt.

News and Pictures produziert die Sendungen „Weck Up“ und „Planetopia“. Letzteres wird auf der eigenen Homepage beschrieben als ein „populäres Wissensmagazin, das aktuell, informativ und unterhaltend aus den unterschiedlichsten Themenwelten wie Biologie, Sport, Medizin oder Tech-

⁹¹ vgl. Niggemeier 2006

⁹² vgl. Schawinski 2007, 126

⁹³ vgl. KEK-017/018, o.S.

⁹⁴ KEK 136-1, 5

⁹⁵ vgl. epd medien Nr. 85, 13

⁹⁶ vgl. epd medien Nr. 89, 9

nik berichtet⁹⁷, damit soll das Programm einen Beitrag in den Bereichen Bildung und Wissenschaft leisten. „Weck Up“ ist ein Morgenmagazin, welches sich jeden Sonntag mit einem bestimmten Oberthema befasst. Ein klarer Bezug auf gesellschaftlich relevante Gruppen existiert in der Selbstbeschreibung der Sendung nicht. Auch Roger Schawinski stellt in seinem Buch „die TV-Falle“ fest: „Die Sendung hat keine besonderen gesamtgesellschaftlichen Werte, zumindest keine, die über jene hinausgehen, die sich in allen Infotainment-Programmen auf vielen Kanälen finden lassen.“⁹⁸ Alleine aus Vielfaltsgesichtspunkten wäre eine Zulassung eines Veranstalters, der ein breiteres Themenspektrum abdecken könnte, möglicherweise der News and Pictures vorzuziehen.

Auch im Fall von News and Pictures wird auf eine weitergehende Analyse der Inhalte verzichtet, da die DCTP im Vordergrund der Arbeit stehen soll. Dennoch lassen sich Tendenzen erkennen, dass regionalpolitische Gesichtspunkte bei der Entscheidung für News and Pictures eine größere Rolle gespielt haben könnten als die größtmögliche Vielfalt im Programm.

3.3 Die besondere Rolle der DCTP

Aus Gründen der Vollständigkeit wurden die beiden derzeitigen Fensterprogrammveranstalter neben der DCTP im vorangegangenen Unterkapitel in Kürze vorgestellt. Bei beiden lassen sich zumindest gewisse Verbindungen zum Sender feststellen, wobei beide nicht in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis laut § 28 RStV zum Hauptveranstalter stehen und somit zulassungsfähig sind. Die DCTP soll in ihrer besonderen Rolle als Fensterprogrammveranstalter nun näher analysiert werden. Die besondere Rolle besteht darin, dass sie Drittsendezeiten sowohl bei Sat.1 als auch bei RTL bespielt und außerdem noch Beteiligungen am Sender VOX besitzt. Außerdem hat die DCTP - wie eingangs erläutert - bereits bei der Entstehung von Programmfenstern 1988 eine wichtige Rolle gespielt.

Die DCTP Entwicklungsgesellschaft für Medien GmbH wurde von Alexander Kluge zum Zweck der „Gegenproduktion“ bzw. „als Alternativentwurf zu den Vereinheitlichungstendenzen des konventionellen Fernsehens“ gegründet⁹⁹. Am Unternehmen beteiligt sind derzeit Alexander Kluge und die japanische Werbeagentur Dentsu, Inc. mit jeweils 37,5%, sowie der Spiegel-Verlag und die Neue Zürcher Zeitung AG mit je 12,5%. Die DCTP hat es sich selbst zum Ziel erklärt, „Information, Bildung und Kultur zu ei-

⁹⁷ <http://www.planetopia.de/die-sendung.html> (17.06.2010)

⁹⁸ Schawinski 2007, 127

⁹⁹ vgl. Schulte 2002

als auch bei RTL verbreitet und zudem noch am Fernsehsender VOX beteiligt ist, war Anlass zur Kritik, u.A. auch durch die KEK¹⁰². Diese stellt in KEK 461-2 fest: „Die Auswahl eines anderen, nicht bereits anderweitig zugelassenen Drittfensterveranstalters wäre unter dem Aspekt einer über das einzelne Hauptprogramm hinausgehenden Anbietervielfalt daher vorzugswürdig“. Die zu erforschende Frage ist, ob die Programme der derzeit lizenzierten Veranstalter, insbesondere der DCTP, tatsächlich den höchsten Vielfaltsbeitrag erwarten lassen, oder ob diese aus anderen Gründen ihre Sendepplätze verteidigen konnten. Hierzu werden zunächst einmal die Begründungen zur Auswahl der Fensterveranstalter betrachtet.

Bei der Auswahl der Fensterprogrammveranstalter wird zunächst eine einvernehmliche Auswahl mit dem Hauptveranstalter angestrebt. Nur wenn diese nicht zustande kommt, wählt die zuständige Landesmedienanstalt aus einem Dreivorschlag des Senders den Veranstalter aus, der die größte Vielfalt erkennen lässt. Demnach ist das Einvernehmen des Senders ein wichtigeres Kriterium bei der Auswahl der Fensterveranstalter als die größtmögliche Vielfalt im Programm. Die KEK räumt dazu ein, dass „eine Auswahlempfehlung u.U. auch dann rechtmäßig sein kann, wenn der ausgewählte Bewerber nicht den größten Vielfaltsbeitrag erwarten lässt“¹⁰³, dennoch müsse die Landesmedienanstalt laut KEK dennoch einen möglichst vielfaltssteigernden Beitrag anstreben.

Im Folgenden wird ein Überblick über die bislang erfolgten Vergabeverfahren gegeben. Besonderer Fokus wird auf die Begründung der Auswahl der Fensterveranstalter, sowie die Position der KEK gelegt.

3.4.1 Das Zulassungsverfahren 1997 bei RTL und Sat.1

Bei der ersten Ausschreibung für Drittsendelizenzen haben sich 28 Bewerber für RTL und 20 Bewerber für Sat.1 gemeldet. Die NLM ist dem RTL-Vorschlag gefolgt, die DCTP sowie Center TV für Drittsendezeiten zu lizenzieren. Als Begründung wird angegeben, dass diese Anbieter statt „monothematischer“ Angebote eine „Bandbreite an Sendungen“ erwarten lassen¹⁰⁴. Die LPR hingegen hat selber die Unternehmen News and Pictures und DCTP vorgeschlagen, bevor die Erörterung mit Sat.1 stattgefunden hat. Sat.1 zeigte sich mit diesem Vorschlag einverstanden.¹⁰⁵

Die KEK äußerte hinsichtlich der Auswahl der DCTP bei beiden Sendern ihre Bedenken, „ob damit das vorrangige Ziel der Sicherung der Mei-

¹⁰² so beispielsweise KEK 017/018, KEK 136-5, KEK 383-4

¹⁰³ KEK 461-2, 17

¹⁰⁴ epd medien Nr. 89, 9

¹⁰⁵ vgl. ebenda

nungsvielfalt in optimaler Art erreicht wird“¹⁰⁶. Auch die wirtschaftliche Verbindung der DCTP zu Bertelsmann wurde kritisch angemerkt. Außerdem rügte sie das Vergabeverfahren, da sie erst nach erfolgter Auswahl durch die Landesmedienanstalten in das Verfahren eingeschaltet wurde.

3.4.2 Das Zulassungsverfahren 1999 bei RTL

Im Jahr 1999 lief die Sendelizenz von RTL ab, weshalb auch die Drittssendelizenzen erneut ausgeschrieben wurden. Auf die beiden ausgeschriebenen Sendezeitschienen haben sich insgesamt 10 Veranstalter beworben. Die Versammlung der NLM hat im Einvernehmen mit RTL die bisherigen Fensterveranstalter erneut ausgewählt¹⁰⁷. Als Begründung für die erneute Auswahl wird angegeben: „Die Beobachtung der bisherigen Programmleistungen habe gezeigt, daß beide Drittveranstalter zu einem Vielfaltsgewinn geführt hätten; bei keinem der Mitbewerber ließe sich realistisch erwarten, daß die in den Anträgen angekündigten Programmformate zu mehr Vielfalt führen würden.“¹⁰⁸

Die KEK äußerte keine Bedenken an dieser Auswahl, argumentierte aber dennoch gegen die Begründung der NLM: „Unter Vielfaltssteigerungsaspekten kann es nicht allein darauf ankommen, ob die bisherigen Leistungen der bisherigen Drittveranstalter zu einem Vielfaltsgewinn geführt haben. Vielmehr muß auch erwogen werden, ob ein Wechsel zu anderen, nicht minder geeigneten Drittveranstaltern bereits als Vielfaltsgewinn zu beurteilen wäre.“¹⁰⁹

3.4.3 Das Zulassungsverfahren 2002/2003 bei Sat.1

2002 wurden bei Sat.1 drei Sendezeitschienen ausgeschrieben. Einige Bewerber haben sich gleich auf mehrere dieser Sendezeitschienen beworben. Unter den Bewerbern war die Janusch Kozminski Filmproduktion, die sich auch bei Sat.1 mit dem Format „jüdische Woche“ beworben hat, außerdem noch die „Woche der Frau“ plante. Auch Focus TV bewarb sich mit unterschiedlichen Formaten für alle drei Sendezeitschienen. Die LPR entschied sich für News and Pictures für die erste Sendezeitschiene. Die KEK äußerte Zweifel an der redaktionellen und wirtschaftlichen Unabhängigkeit dieses Bewerbers¹¹⁰. Auch die Finanzierung der News and Pictures lasse

¹⁰⁶ KEK 017/018, o.S.

¹⁰⁷ vgl. KEK 041, 4

¹⁰⁸ KEK 041, 8

¹⁰⁹ ebenda, 8 f.

¹¹⁰ vgl. KEK 136-1, 9

Verbindungen zum Hauptveranstalter erkennen¹¹¹. Dennoch sei eine rechtliche Abhängigkeit nicht gegeben, außerdem sei keiner der Mitbewerber der News and Pictures in Bezug auf Inhalte und Konzept überlegen¹¹². Da mit der News and Pictures der Bereich der Bildung abgedeckt sei, solle die DCTP in der zweiten Sendezeitschiene den Bereich der Kultur mit dem Format „News and Stories“ und in der dritten den Bereich der Information mit der „Spiegel TV Reportage“ bedienen. Für die dritte Sendezeitschiene stand neben der „Spiegel TV Reportage“ auch die „Focus TV Reportage“ zur Auswahl. Hierzu wurde angegeben: „Aufgrund des gleichermaßen renommierten und seriösen journalistischen Hintergrunds kann der Beitrag beider Sendungen als nahezu gleichwertig eingestuft werden.“¹¹³

Demnach hätte aufgrund der Mehrfachlizenzierung der DCTP ein Wechsel zu Focus TV in Betracht gezogen werden können. Dennoch wurde die DCTP ausgewählt, da Focus TV in unregelmäßigen Abständen statt der „Focus TV Reportage“ eine unabhängige europäische Filmproduktion zeigen wollte. Diese würde sich jedoch aufgrund der Unregelmäßigkeit und des thematischen Bruchs nur schwer in den Programmfluss von Sat.1 eingliedern¹¹⁴.

3.4.4 Das Zulassungsverfahren 2003 bei RTL

Im Jahr 2003 wurden erneut Drittsendezeiten bei RTL ausgeschrieben. Fünf Bewerber standen zur Auswahl und wiederum fiel die Wahl auf DCTP und Center TV, mittlerweile umfirmiert in AZ Media. Weitere Bewerber waren u.A. die Janusch Kozminski Filmproduktion sowie das Unternehmen Focus TV Produktions GmbH, welches neben eigenen Produktionen das Magazin „Stern TV“ fortführen wollte. Im Rahmen der Erörterung wurde seitens des Senders erklärt, dass die Janusch Kozminski Filmproduktion, die das Format „jüdische Woche“ geplant hatte, wegen ihrer „monothematischen Ausrichtung“ weniger geeignet sei, einen Vielfaltsbeitrag zu leisten als die DCTP¹¹⁵. Eine Zusammenarbeit mit Focus TV sei laut Angaben des Senders vorstellbar gewesen, dennoch habe man sich aufgrund einer höheren thematischen Bandbreite für die DCTP entschieden¹¹⁶.

Die KEK wies nochmals darauf hin, dass die Entscheidung nicht aufgrund eines bereits geleisteten Vielfaltsbeitrags getroffen werden solle und

¹¹¹ vgl. ebenda, 10

¹¹² vgl. ebenda, 13

¹¹³ KEK 136-3, 12

¹¹⁴ vgl. ebenda

¹¹⁵ vgl. KEK 159-2, 7

¹¹⁶ vgl. ebenda

sich ein Wechsel positiv auf die Anbietervielfalt auswirken könne. Die erneute Auswahl der bereits lizenzierten Veranstalter wurde also von der KEK kritisiert, jedoch erklärte die NLM, dass sie diesen Aspekt in der Auswahl berücksichtigt habe, dennoch einen größeren Vielfaltsbeitrag bei diesem Bewerber sehe. Demnach kann das Benehmen mit der KEK hergestellt werden, wenn sich die Landesmedienanstalt mit den Einwänden der Kommission auseinandergesetzt hat.¹¹⁷

3.4.5 Das Zulassungsverfahren 2007 bei Sat.1

2007 wurden die Drittsendelizenzen in vier Sendezeitschienen ausgeschrieben. Unter den Bewerbern entschied man sich für die bereits zugelassenen Veranstalter. Die LMK gab jedoch an, auch den Mitbewerber MPBG Medien-Produktionen-in-Bayern in die engere Wahl genommen zu haben¹¹⁸. Die MPBG plante eine Kooperation mit der Süddeutschen Zeitung, welche jedoch später erklärte, nicht für Zulieferungen zur Verfügung zu stehen. Somit sei „nicht sichergestellt, ob das angebotene Programmniveau erreicht werden könne.“¹¹⁹ Es wurde also ausdrücklich angegeben, einen Wechsel in Betracht gezogen zu haben, dennoch hat man sich für die bekannten Bewerber entschieden.

3.4.6 Das Zulassungsverfahren 2008 bei RTL

Auch 2008 wurden bei RTL wieder zwei Sendezeitschienen zu 120 sowie 60 Minuten ausgeschrieben. Auf die zweite Sendezeitschiene gingen fünf Bewerbungen ein. Es wurde erneut die AZ Media GmbH ausgewählt. Auf die erste Sendezeitschiene zu 120 Minuten bewarben sich die DCTP sowie Ulrich Wickerts Produktionsfirma UWP Produktions GmbH. Letztere plante ein wochenaktuelles Magazin, eine Kultursendung, ein Wissenschaftsformat, sowie eine Sendung zu gesellschaftlichen Themen. Auch die UWP wollte mit Programmulieferern zusammenarbeiten. Im Erörterungsgespräch waren sich der Sender und die Landesmedienanstalt darüber einig, „dass der durch Wechsel an sich erzielbare Vielfaltsgewinn nur geeignet wäre, möglicherweise einen Wechsel des Veranstalters zu begründen, wenn die Anträge von ihrer sonstigen Vielfaltsleistung gleich oder nahezu gleich zu bewerten wären.“¹²⁰

¹¹⁷ vgl. KEK 159-3, 19 f.

¹¹⁸ vgl. KEK 383-2, 18

¹¹⁹ vgl. ebenda

¹²⁰ Ereignisprotokoll des Erörterungsgesprächs mit RTL, zit. n. VG Hannover AZ: 7 B 3575/08

Die zu erwartende Vielfaltsleistung der UWP wurde als geringer eingestuft als die der DCTP. Die Inhalte der UWP seien nicht ausreichend konkretisiert worden, außerdem seien die Partner, mit denen das Unternehmen zusammenarbeiten wolle, nicht angegeben worden. Dagegen sei von der DCTP zu erwarten, dass sie die Programmleistung dieser Sendezeitschiene durch eine „stabile binnenplurale Organisation“ erfüllen könne.¹²¹

Die KEK äußerte Zweifel, ob die Mitbewerber tatsächlich weniger geeignet seien, die Vielfalt zu erhöhen, insbesondere im Fall der UWP, die eine Vielzahl von Themen und die Zusammenarbeit mit verschiedenen Produzenten versprach¹²². An die Konkretisierung der geplanten Formate eines neuen Bewerbers könne nicht dieselben Anforderungen gestellt werden wie an bereits etablierte Fensterveranstalter¹²³. Jedoch habe die NLM alle relevanten Aspekte berücksichtigt. Gegen die „Ermessensentscheidung“ der NLM habe die KEK keine Einwände, da durch die erstrebte einvernehmliche Auswahl nicht der höchstmögliche Vielfaltsbeitrag verlangt werden könne¹²⁴.

3.5 Klagen der Mitbewerber

Aus den Begründungen für die Auswahl von DCTP, AZ Media und News and Pictures geht hervor, dass die zuständigen Landesmedienanstalten diesen Bewerbern jeweils einen größeren Vielfaltsbeitrag zutrauten als den Mitbewerbern. Die häufigste Begründung für die DCTP war das breite Themenspektrum, welches andere Bewerber nicht vorweisen konnten. Das „Herausgeberprinzip“ der DCTP wurde hinsichtlich der Meinungsvielfalt positiv bewertet, da mehrere Partnerunternehmen Programme zulieferten und die DCTP somit auch ein breiteres Themenspektrum bot. So wurde beispielsweise die „jüdische Woche“ aufgrund ihrer monothematischen Ausrichtung bei der Vergabe der Lizenzen nicht berücksichtigt, obwohl sie Programm für eine gesellschaftlich relevante Gruppe plante. Einige Entscheidungen blieben dennoch fragwürdig, sodass sich auch die Mitbewerber nicht damit zufrieden geben wollten. So klagten sowohl Focus TV (2003) als auch die UWP (2008) gegen die Entscheidungen.

¹²¹ ebenda

¹²² vgl. KEK 461-2, 5

¹²³ vgl. ebenda

¹²⁴ vgl. ebenda, 19

3.5.1 Klage von Focus TV nach der Entscheidung 2003

Nach den Zulassungsverfahren im Jahr 2003 klagte Focus TV als erster Mitbewerber um Drittsendelizenzen gegen die Entscheidung zugunsten der DCTP. Focus TV klagte wegen einer möglichen „Vorzugsbehandlung“¹²⁵ Alexander Kluges. Die Kritik des Unternehmens befasste sich vor allem damit, dass Spiegel TV in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zu RTL stünde. Spiegel TV ist zwar nur mit 12,5% an der DCTP beteiligt, jedoch argumentierte Focus TV, dass Spiegel TV selbst als unabhängiger Programmveranstalter einzustufen sei, „da das Unternehmen [...] auf eigene Rechnung produziere und es seitens der DCTP noch nicht einmal eine redaktionelle Abnahme der Sendungen gebe“¹²⁶. Demnach mache es keinen Unterschied, ob Spiegel TV direkt als unabhängiger Veranstalter auftrete, oder in der Drittsendezeit der DCTP sende. Da jedoch Gruner+Jahr, welches zum Bertelsmann-Konzern gehört, über 25% der Stimmrechte an Spiegel TV verfüge, sei das Unternehmen dem Konzern zuzurechnen. Als „unabhängiger Programmanbieter“ bei RTL hätte Spiegel TV demnach nicht zugelassen werden dürfen.¹²⁷

Focus TV ist mit einem Eilantrag beim Oberverwaltungsgericht Lüneburg gescheitert. Jedoch erreichte das Unternehmen vor dem Oberverwaltungsgericht in Koblenz, dass die Sendelizenzen der DCTP in Sat.1 von fünf auf drei Jahre verkürzt und die rundfunkrechtliche Unabhängigkeit Kluges erneut von der KEK geprüft werden sollte. Die Verhandlungen in der Hauptsache gab Focus TV auf, nachdem man sich mit der DCTP auf einen Kompromiss geeinigt hatte. Focus TV bekam einen Sendeplatz innerhalb der DCTP-Lizenz: Ab 1. Juli 2005 wurde einmal im Monat statt der „Spiegel TV Reportage“ die „Focus TV Reportage“ gezeigt. Seit Anfang 2006 wechseln diese sich im Halbjahresrhythmus ab. Es wird teilweise vermutet, dass die DCTP sich deswegen auf einen Kompromiss eingelassen hat, da sie sich vor einem Gerichtsverfahren fürchtete¹²⁸.

3.5.2 Klage der UWP nach der Entscheidung 2008

Auch nachdem 2008 die Fensterplätze bei RTL neu vergeben wurden, klagte ein Mitbewerber gegen die Lizenzierung der DCTP. Ulrich Wickerts UWP klagte gegen die NLM, beigeladen waren auch Alexander Kluge und RTL. Er kritisierte die Vergabe der Drittsendelizenzen in drei wesentlichen

¹²⁵ FAZ.net, 18. Dezember 2003

¹²⁶ Renner 2003

¹²⁷ vgl. ebenda

¹²⁸ vgl. Schawinski 2007, 122 f.

Punkten: Er warf der Landesmedienanstalt vor, dass von Anfang an von einer Lizenzierung der DCTP ausgegangen wurde, da das Verfahren so eng getaktet gewesen sei, dass andere Produktionsfirmen kaum Zeit gehabt hätten, sich darauf vorzubereiten. Eine Anhörung seiner Firma, seine Vorhaben zu erläutern, habe nicht stattgefunden. Zudem wies er erneut auf die Verflechtungen zwischen der DCTP zu RTL hin und bemerkte außerdem, dass die Ausschreibung der Sendezeitschienen genau auf die Zeiten der DCTP-Magazine zugeschnitten seien und kleinere Anbieter keine Chance hätten, diese Sendezeitschiene von 120 Minuten zu füllen.¹²⁹

Vor dem Verwaltungsgericht Hannover wurde die Klage abgelehnt. Eine Anhörung sei nicht notwendig gewesen, da durch die Ausschreibung jedem Bewerber die Gelegenheit gegeben würde, seine Pläne so deutlich wie möglich darzulegen und zu erläutern. Hinsichtlich der Beteiligungsverhältnisse wurde erneut angeführt, dass der Spiegel-Verlag nur mit 12,5% an der DCTP beteiligt sei und diese die rundfunkrechtliche Verantwortung für die Sendungen von Spiegel TV trage. Die Ausschreibung der beiden Sendezeitschienen sei nicht gesetzeswidrig, da eine Aufteilung der Sendeminuten für Fensterprogramme nicht vorgeschrieben und sogar die Ausschreibung als Gesamtblock erlaubt sei. Ferner hätte sich die UWP statt für die größere Sendezeitschiene zu 120 Minuten auch für die kürzere Schiene zu 60 Minuten bewerben können.¹³⁰

3.6 Zwischenfazit

Die Analyse der Vergabeverfahren sowie der Produktionsfirmen hat gezeigt, dass zum einen alle Fensterveranstalter eine gewisse Verbindung zum Hauptveranstalter aufweisen (eine Ausnahme macht hierbei die DCTP im Fall von Sat.1), zum anderen wurden diese Veranstalter bei jedem Vergabeverfahren mit der Begründung erneut lizenziert, dass sie eine größere Vielfalt erwarten lassen als die Mitbewerber. Die Mehrfachzulassung der Veranstalter wurde von der KEK in jedem Verfahren kritisiert, jedoch konnte stets das Benehmen hergestellt werden, da die zuständige Landesmedienanstalt sich hinreichend mit diesen Bedenken auseinandersetzte. Der These der KEK, dass ein Wechsel bereits zu mehr Vielfalt führen würde, wurde stets entgegengehalten, dass dies nur gegeben sei, wenn der Vielfaltsbeitrag eines Mitbewerbers höher sei als derjenige der bereits lizenzierten Veranstalter.

¹²⁹ vgl. Lückerrath 2008 sowie Hanfeld 2008

¹³⁰ VG Hannover, AZ: 7 B 3575/08

Der Argumentation der Landesmedienanstalten folgend, ist die mehrfache Zulassung der DCTP demnach gerechtfertigt, wohingegen die KEK einen Wechsel des Öfteren für angebracht hielt. Auch einige Mitbewerber klagten wegen Ungleichbehandlung und Bevorzugung der DCTP. Deren Klagen wurden von den zuständigen Gerichten abgewiesen, da die Vergabeverfahren stets den Anforderungen des RStV entsprachen und man sich ausreichend mit dem Vielfaltsbeitrag der Bewerber auseinandersetzte. Dennoch ist es möglich, dass die Sender ein gewisses Interesse verfolgen, dass die bisherigen Veranstalter weiterhin lizenziert bleiben. Die Entscheidungen beispielsweise gegen die UWP sind zwar konform mit dem RStV, wobei es auch hier denkbar ist, dass der Sender die vorgeschriebenen Regeln des Vergabeverfahrens nutzt, um tatsächlich die bisherigen Veranstalter zu belassen. So ist es sicherlich nicht verboten, die Sendezeitschienen auszuschreiben, die auch vor der Ausschreibung bespielt wurden, dennoch ist dies ein Indiz für eine Bevorzugung der bisherigen Veranstalter seitens des Senders. Selbst wenn diese Bevorzugung vorliegt, widerspricht das rechtlich gesehen nicht dem RStV, da eine Mitwirkung des Hauptveranstalters, sowie eine einvernehmliche Auswahl ausdrücklich erwünscht ist, selbst wenn nicht der Bewerber zugelassen wird, der den höchsten Vielfaltsbeitrag erkennen lässt, sondern derjenige, der dem Sender am besten gefällt¹³¹.

Da die Mitwirkung des Hauptveranstalters ein wichtiger Punkt im Vergabeverfahren und wohl auch einer der Gründe für die Mehrfachlizenzierung der einzelnen Fensterveranstalter ist, ist nun eine weitergehende Analyse des Verhältnisses von Haupt- und Fensterveranstalter vonnöten.

¹³¹ vgl. Ebsen 2003, 183

4 Die Konsequenzen der Drittsendezeitregelung für die Sender

Nachdem im vorstehenden Kapitel Indizien aufgezeigt wurden, dass die Hauptveranstalter ein Interesse an der Mehrfachlizenzierung der bereits bestehenden Fensterveranstalter haben, soll nun untersucht werden, weshalb ein solches Interesse seitens des Senders bestehen könnte. Die Seite des Senders ist eine wichtige Komponente in der Gesamtbetrachtung der Fensterprogramme. Die Sender müssen sowohl für eine ausreichende Finanzierung sorgen, als auch sicherstellen, dass das Fensterprogramm in das sonstige Programmschema passt und nicht wie ein Fremdkörper wirkt. Daher sollen zur Analyse besonders die Punkte der Programmautonomie sowie der wirtschaftlichen Nachteile des Senders eine Rolle spielen.

4.1 Die Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters

Die in § 31 RStV vorgeschriebene Bedingung, dass Fensterprogramme die Programmautonomie des Senders wahren müssen, ist eine Maßnahme zum Schutz des Hauptveranstalters. Die Programmautonomie ist abgeleitet aus der Rundfunkfreiheit des Art. 5 GG. Ein Fensterprogramm soll Defizite im Hauptprogramm aufgreifen und kompensieren, dabei aber nicht als schädliches Kontrastprogramm aufgefasst werden.¹³² Ziffer 2.1 DSZR führt hierzu aus, das Fensterprogramm solle sich „in die Programmstruktur und das Erscheinungsbild des Hauptprogramms einfügen; das Interesse des Hauptveranstalters an Zuschauerakzeptanz für das Gesamtprogramm ist mit zu berücksichtigen“¹³³. Die Gefahr eines Akzeptanzverlustes des Senders soll hiermit weitestgehend ausgeblendet werden. Da der Zuschauer sich in der Regel nicht darüber bewusst ist, dass er ein Fensterprogramm eines unabhängigen Dritten sieht, wird er das Gesehene für gewöhnlich dem Hauptveranstalter zurechnen¹³⁴. Wenn die Inhalte eines Fensterprogramms einen zu starken Kontrast zum Hauptprogramm darstellen, besteht die Gefahr eines Quotenrückgangs während dieser Zeiten, was sich auch negativ auf die Programme vor und nach dem Fensterprogramm auswirkt¹³⁵. Demnach ist es unzulässig, „schädliche Kontrastprogramme“ zu senden, welche sich beispielsweise „ersichtlich nur an eine ganz kleine Zahl von Adressaten richten.“¹³⁶

¹³² vgl. Ebsen 2003, 129

¹³³ Ziffer 2.1 DSZR

¹³⁴ vgl. Schlette 1999, 807

¹³⁵ vgl. Engel 2000, 349

¹³⁶ Schlette 1999, 809

Die Sender versuchen, ihrem Programm eine einheitliche Programmfarbe zu geben, ihren Sender zu einem „Markenartikel“ zu machen und einen möglichst hohen Audience-Flow zu erreichen¹³⁷. Zudem reagieren die Sender grundsätzlich auch besonders schnell auf sinkende Zuschauerzahlen und dadurch sinkende Werbeeinnahmen¹³⁸. Beides ist bei Fensterprogrammen nicht ohne weiteres möglich. Aufgrund der langen Laufzeiten und der redaktionellen Unabhängigkeit bleibt dem Sender nur die Möglichkeit, besonders quotenschwachen Programmen unattraktive Sendeplätze beispielsweise am frühen Morgen zuzuteilen¹³⁹. Dies ist besonders im Falle der DCTP bereits passiert, da Kluges Kulturmagazine mehrfach als „Quotenkiller“ bezeichnet und von RTL und Sat.1 immer weiter in die frühen Morgenstunden geschoben wurden¹⁴⁰. Um eine einheitliche Programmfarbe und einen Audience-Flow zu gewährleisten, müsste der Sender seinerseits sein Programm an das Fensterprogramm anpassen, oder wie Christoph Engel es ausdrückt: „Dann wedelt, bildlich gesprochen, der Schwanz mit dem Hund.“¹⁴¹

Wenn sich der Hauptveranstalter gezwungen sieht, sein eigenes Programm umzustellen, um dieses an das Fensterprogramm anzupassen, ist dies ein Eingriff in seine im Grundgesetz verankerte Programmautonomie. Demnach ist es legitim, dem Sender das Zugeständnis zu machen, dass er ein hohes Mitspracherecht bei der Auswahl des Fensterveranstalters hat. Der Sender wird ein Interesse daran haben, ein Unternehmen als Fensterveranstalter auszuwählen, welches ihm besonders nahe steht. Dadurch ist sichergestellt, dass das Konzept des Fensterprogramms nicht zu deutlich von seinem eigenen Konzept abweicht.¹⁴²

Das Interesse des Senders, einen möglichst hohen Audience-Flow zu erreichen, kann auch einen Anreiz darstellen, sich für die bereits lizenzierten Veranstalter zu entscheiden: Bereits bei der Ausschreibung werden konkrete Sendezeitschienen angegeben, die vor- und nachgelagerten Programme stehen also wahrscheinlich bereits fest. Die Fensterprogramme sollen also nicht nur zum Sender an sich, sondern auch genau in die ausgeschriebene Sendezeit passen, damit der Sender nicht das komplette vor- und nachgelagerte Programm umstellen muss. Wenn bei einer erneuten Ausschreibung die gesendeten Programme dieselben bleiben, bestehen

¹³⁷ vgl. Engel 2000, 349

¹³⁸ vgl. Uecker 2000, 60

¹³⁹ vgl. ebenda

¹⁴⁰ vgl. ebenda, 61

¹⁴¹ Engel 2000, 349

¹⁴² vgl. Schlette 1999, 807

diese Schwierigkeiten nicht, einmal geschaffene Möglichkeiten des Audience-Flow bleiben bestehen.

4.2 Das Verhältnis zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter

Die Fensterprogramme sollen sich also möglichst in das Sendeschema des Hauptveranstalters einfügen um die Programmautonomie zu wahren und dabei gleichzeitig einen Vielfaltsgewinn in den Bereichen darstellen, die ansonsten zu wenig behandelt werden. Aus diesem Spannungsverhältnis ergaben sich die Regelungen der Vergabeverfahren, die den Hauptveranstalter an der Auswahl beteiligen. Es wird nach Ziffer 6.1 DSZR eine Vereinbarung getroffen, wie das Fensterprogramm in das Hauptprogramm eingebettet wird. Der Sender und der Fensterveranstalter einigen sich auf die reguläre Sendezeit, sowie die Sendezeit in Ausnahmefällen. Die organisatorische Einbettung des Fensterprogramms und die technische Abwicklung werden festgelegt.

Zur organisatorischen Einbettung kann auch gehören, wie das Fensterprogramm als solches gekennzeichnet wird. Auch hier gibt es keine festen Vorgaben. Derzeit werden Fensterprogramme meist durch Einblendung des Logos des Fensterveranstalters zu Beginn und zum Ende der Sendungen, oder durch die Einblendung eines Logos unter dem normalen Senderlogo gekennzeichnet. Eine klarere Trennung, beispielsweise durch den Hinweis dass die Sendung in redaktioneller Unabhängigkeit entstanden ist, könnte dazu beitragen, dass ein Fensterprogramm vom Zuschauer nicht mehr dem Sender zugerechnet wird und sich somit nicht mehr negativ auf die Zuschauerakzeptanz auswirkt. Jedoch soll das Fensterprogramm nicht als ein eigenständiges, vom Hauptprogramm abgekoppeltes Programm wahrgenommen werden, sondern auf das Hauptprogramm bezogen sein und mit ihm eine Einheit bilden.¹⁴³ Eine klare Trennung ist daher problematisch.

Die Sendezeit des Fensterprogramms kann in Absprache mit dem Sender in Ausnahmefällen verschoben werden, wenn beispielsweise ein Sender an Feiertagen sein Programm umstellt, oder ein wichtiges Großereignis übertragen wird. Dabei muss allerdings die wöchentliche Gesamt-sendezeit sowie die Sendezeit von 75 Minuten in der Prime Time erhalten bleiben. Der ehemalige Sat.1 - Geschäftsführer Roger Schawinski beschreibt diese Regelung als problematisch: „Planetopia“ ist von 22.45 - 23.30 Uhr programmiert, befindet sich also innerhalb der Zeit von 19.00 -

¹⁴³ vgl. Schlette 1999, 810

23.30 Uhr, welche vom Gesetzgeber gefordert wird. Sobald sich die Startzeit für das Magazin nach hinten verschiebt, ist ein Teil der Sendezeit außerhalb dieses Bereichs - Sat.1 muss hierfür eine Strafe zahlen. Durch vorher gesendete Spielfilme und vor allem Live-Shows sei es jedoch oft nicht möglich, diese „22.45-Uhr-Zeitguillotine“ exakt zu treffen¹⁴⁴. Sat.1 wies darauf hin, dass dem Fensterprogramm durch eine zeitliche Verschiebung kein Nachteil entstanden ist, sondern sogar höhere Reichweiten erzielt wurden¹⁴⁵. Der Sender hat also durch die strikten Vorgaben, die Fensterprogramme um eine gewisse Zeit zu senden, möglicherweise einen Nachteil. Andererseits soll durch die vorgeschriebenen 75 Minuten in der „Prime Time“ verhindert werden, dass alle Fensterprogramme zu kaum wahrnehmbaren Sendezeiten ausgestrahlt werden. Sanktionen bei Nichteinhaltung dieser Vorschrift beugen eventuellen Versuchen der Sender vor, die Sendungen absichtlich weiter nach hinten zu drängen. Auch hier existiert also wieder ein Spannungsverhältnis.

4.3 Finanzielle Nachteile für die Sender

Die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte hat auch wirtschaftliche Folgen für den Sender. Zunächst einmal ist er dazu verpflichtet, für eine „ausreichende Finanzierung“ des Fensterprogramms zu sorgen¹⁴⁶. Die Finanzierung ist laut Ziffer 6.2. DSZR dann ausreichend, wenn sie sich an den durchschnittlichen Programmkosten des Hauptveranstalters für vergleichbare Sendeplätze orientiert. Dieser Maßstab der Finanzierung wird aus verschiedensten Gründen kritisiert.

So spricht Roger Schawinski von einem „grotesk überhöhten, absolut nicht marktkonformen Betrag“ und führt an, dass qualitativ gleichwertige und sogar bessere Formate für ein Drittel des Preises auf dem freien Markt erhältlich seien, den man als „angemessene Finanzierung“ den Fensterveranstaltern zahlen muss¹⁴⁷. Anders gesagt wirft er den Fensterveranstaltern vor, billig produziertes Material zu senden und dafür eine viel zu hohe Finanzierung vom Sender zu erhalten. Auch Alexander Kluges Kulturmagazine würden „bei extrem niedrigen Produktionskosten“ hohe Zahlungen ihrer Abnehmer erhalten¹⁴⁸.

Dem gegenüber steht die Auffassung von Christian Ebsen, dass ein Fensterprogramm „einen höheren Anspruch erfüllen soll“ als die durch-

¹⁴⁴ vgl. Schawinski 2007, 127 f.

¹⁴⁵ vgl. Engel 2000, 347

¹⁴⁶ Zu den Vorgaben siehe Kapitel 2.4

¹⁴⁷ vgl. Schawinski 2007, 122 f.

¹⁴⁸ vgl. Uecker 2000, 62

schnittlichen Programme des Hauptveranstalters¹⁴⁹. Somit könne der vom Sender gezahlte Betrag sogar zu niedrig sein, wenn dieser sich am sonstigen Programm orientiere. Angemessen könne eine Finanzierung nur dann sein, wenn der Bezugspunkt das konkrete Fensterprogramm ist. Das Programmschema und ungefähre Vorstellungen hinsichtlich der Machart sind bereits bei der Vergabe bekannt, daher solle sich die Finanzierung im Idealfall daran orientieren.¹⁵⁰

Zusätzlich zu den Kosten für die Finanzierung des Fensterprogramms entstehen für den Sender Opportunitätskosten beispielsweise durch fehlende Werbeeinnahmen, die er während dieser Zeit selber hätte erzielen können¹⁵¹. Christoph Engel kritisiert darüber hinaus, dass dem Sender Umsatzeinbußen entstehen, wenn die Akzeptanz des Programms durch ein Fensterprogramm Schaden erleidet. Er rechnet vor, dass die Sender so zwischen einem Drittel und der Hälfte des Jahresgewinns verlieren¹⁵². Die Glaubwürdigkeit dieser Rechnung kann nicht eindeutig beurteilt werden, jedoch ist Christian Ebsen der Meinung, die tatsächlichen finanziellen Belastungen des Hauptveranstalters seien eher gering, da Fensterprogramme zu 260 Minuten bloß 2,6% der Gesamtsendezeit ausmachen. Die Sendezeit von 75 Minuten in der „Prime Time“ entspreche bloß 4% der gesamten „Prime Time“.¹⁵³ Wenn ein Akzeptanzverlust eintreten sollte, würde dieser sich auch nicht erheblich auf den Werbeminutenpreis auswirken¹⁵⁴.

Der letzte Punkt, durch den Kosten für den Sender entstehen, ist die Nutzung der eigenen Übertragungswege. Er muss einen Teil seiner Sendezeit abgeben und das Fensterprogramm nutzt die Übertragungswege, die der Sender finanzieren muss¹⁵⁵. Hierfür wird der Sender nicht entschädigt, denn es handele sich nicht um eine „Enteignung durch Auferlegung eines Sonderopfers“¹⁵⁶, sondern um „für alle betroffenen Kreise gleichmäßig geltende Regelungen zur Ausgestaltung der positiven Rundfunkordnung“¹⁵⁷.

Es wird also anerkannt, dass die Sender durch die Fensterprogramme finanzielle Einbußen zu verbuchen haben. Diese seien jedoch notwendig zur Ausgestaltung der positiven Rundfunkordnung. Fernsehveranstalter, die einen Zuschaueranteil von 10% erreichen, könne diese Einbußen je-

¹⁴⁹ vgl. Ebsen 2003, 133

¹⁵⁰ vgl. ebenda, 134

¹⁵¹ vgl. Engel 2000, 349

¹⁵² vgl. ebenda

¹⁵³ vgl. Ebsen 2003, 171

¹⁵⁴ vgl. ebenda, 170

¹⁵⁵ vgl. Engel 2000, 348

¹⁵⁶ Hartenstein/Ring/Kreile et al. 2001, § 31 RStV, 4

¹⁵⁷ ebenda

doch verkraften, da sie über höhere Werbeeinnahmen verfügen. Genau diese Grenze von 10% wird jedoch von Engel kritisiert, da sich ein Sender sowohl ökonomisch als auch publizistisch besser stelle, wenn es ihm gelänge, gerade unter der 10%-Marke zu bleiben¹⁵⁸.

4.4 Zwischenfazit

Vollprogramme, die einen Zuschaueranteil von 10% erreichen, haben durch die Abgabe von Drittssendezeiten gewisse „Wettbewerbsnachteile“ gegenüber den anderen Sendern. Ihnen wird ein Teil ihrer Sendezeit entzogen und sie müssen auf ihrer Frequenz Programm von anderen Veranstaltern senden. Demnach ist es legitim, dass den Sendern Zugeständnisse hinsichtlich der Auswahl des Fensterveranstalters gemacht werden. Die Programmautonomie des Senders soll gewahrt und die Nachteile des Senders durch die Einräumung von Sendezeit für Dritte möglichst gering gehalten werden. Da gleichzeitig Defizite im Hauptprogramm kompensiert werden sollen, besteht ein Spannungsverhältnis zwischen den Interessen des Senders und den Anforderungen von § 31 RStV. Der Sender wird sich für einen Veranstalter entscheiden, der ihm besonders genehm ist, damit seine Programmfarbe möglichst wenig gestört wird. Dahingegen soll die Auswahl des Fensterveranstalters auch eine möglichst große Vielfalt bieten, welche besonders dann erreicht wäre, wenn das Fensterprogramm möglichst unabhängig vom Hauptveranstalter ist.

Bei der aktuellen rechtlichen Regelung ist es also verständlich, dass alle derzeit lizenzierten Fensterveranstalter eine Verbindung zum Hauptveranstalter aufweisen und dass der Sender sich stets für die bereits bekannten Fensterveranstalter entscheidet. Im Fall der DCTP weist beispielsweise „Stern TV“ häufig inhaltliche Bezüge zum Programm des Hauptveranstalters RTL auf¹⁵⁹. Ein Audience-Flow zu diesem Magazin ist möglich, die Zuschauerakzeptanz ist besonders hoch. Für den Sender ist dies die beste Alternative, wenn ein Programm, welches ihm rechtlich aufgetragen wurde und welches er finanzieren muss, zusätzlich ein „Aushängeschild“ des Senders ist. Ein Wechsel stellt für den Sender stets ein Risiko dar. Um allerdings eine Aussage treffen zu können, ob die mehrfache Lizenzierung beispielsweise der DCTP auch der vielfaltssichernden Aufgabe der Fensterprogramme gerecht wird, soll nun mit einer Analyse der Inhalte dieser Sendungen geklärt werden.

¹⁵⁸ vgl. Engel 2000, 350

¹⁵⁹ siehe nächstes Kapitel

5 Der Beitrag der DCTP zur Vielfalt im Programm

Fasst man die vorherigen Kapitel zusammen, so lässt sich feststellen, dass sich die Hauptprogrammveranstalter aufgrund ihrer berechtigten Interessen und der Regelungen des §31 Abs. 4 RStV im Rahmen der „eilvernehmlichen Auswahl“ wiederholt für die bereits bekannten Fensterveranstalter entschieden haben. Aus Sicht des Senders ist dieses Verhalten aus den in Kapitel 4 angegebenen Gründen nachvollziehbar, und rechtlich ist die wiederholte Auswahl ebenfalls zulässig. Damit die Fensterprogrammregelung jedoch auch das Ziel der Sicherung der Meinungsvielfalt erreicht, müssen die zugelassenen Programme den inhaltlichen Anforderungen an ein Fensterprogramm entsprechen. Um dies zu überprüfen sollen im folgenden Kapitel die Inhalte der DCTP-Sendungen hinsichtlich ihres Beitrages zur Vielfalt im Programm untersucht werden. Wenn das Unternehmen der Aufgabe gerecht wird, und diese entstandene Vielfalt auch mit den Interessen der Sender im Einklang steht, ist die DCTP möglicherweise in der jetzigen Situation tatsächlich die beste Wahl als Fensterveranstalter.

5.1 Beurteilungskriterien

Gem. § 31 Abs. 1 RStV muss ein Fensterprogramm „unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm, insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung, und Information, leisten.“; daraus lässt sich ableiten, dass das Fensterprogramm inhaltlich Bezug zum Programm des Hauptveranstalters nehmen soll und dieses in den genannten Bereichen ergänzen soll. Fensterprogramme sollen nicht inhaltlich abgegrenzt oder im völligen Gegensatz zum Hauptprogramm stehen, sondern „auf Defizite im Hauptprogramm reagieren, auf Ergänzung und Gegensteuerung bedacht sein, das Gesamtbild auch ihrerseits mitgestalten, für innere Diversifizierung und Auflockerung sorgen.“¹⁶⁰ Die Konkretisierung auf die Bereiche Kultur, Bildung und Information resultiert aus der Annahme, dass diese Themengebiete in massenattraktiven Programmen tendenziell eher vernachlässigt werden¹⁶¹.

Die geforderte „Qualität“ lässt sich nicht nach objektiven Maßstäben eindeutig bestimmen. So werden Kluges Kulturmagazine aufgrund ihrer unkonventionellen Machart sowohl kritisiert als auch besonders gelobt, und während „Stern TV“ und „Spiegel TV“ in einigen Aufsätzen als positives Beispiel zur Verbindung von Qualität und Publikumswirkung hervorgehoben

¹⁶⁰ Stock 1997, 51

¹⁶¹ vgl. Hartenstein/Ring/Kreile et al. 2001, §31 RStV, 2

werden¹⁶², liest man anderorts: „ob freilich die zunehmend voyeuristischen Spiegel-Reportagen aus der Sexindustrie oder Günter Jauchs Boulevard-Magazin Stern TV tatsächlich noch zur Vielfalt des Fernsehangebots beitragen oder gar dem Prinzip der Authentizität folgen, ist fraglich.“¹⁶³ Demnach soll eine Beurteilung anhand der Themengewichtung erfolgen. Es soll geprüft werden, ob Meinungsrichtungsvielfalt durch das Vorhandensein der Meinungen gesellschaftlich relevanter Gruppen und Gegenstandsvielfalt durch ein breites Themenspektrum vorhanden sind¹⁶⁴.

Grundlage für den Beitrag eines Fensterprogramms zur Vielfalt im Programm ist das Hauptprogramm selber. Defizite im Hauptprogramm sollen von Fensterprogrammen kompensiert werden, wodurch sich die Vielfalt im Gesamtprogramm erhöht.¹⁶⁵ Daher ist es vonnöten, zunächst einmal das Programmprofil von RTL und Sat.1 zu betrachten und in einem weiteren Schritt zu vergleichen, inwiefern die einzelnen Sendungen der DCTP dieses Programmprofil thematisch ergänzen. Hierbei wird auf eine Untersuchung durch das IFEM Institut für empirische Medienforschung in Köln im Zeitraum von 1. Januar bis 31. Dezember 2009 zurückgegriffen. Diese wurde in Media Perspektiven 4/2010 ausgewertet und veröffentlicht. Die gesamten nonfiktionalen Inhalte eines Jahres wurden aufgrund von Sendungstiteln in verschiedene Kategorien eingeteilt, um die thematische Grundorientierung der einzelnen Sender aufzuzeigen. Zu beachten ist, dass nicht die einzelnen Beiträge der Sendungen zur Untersuchung herangezogen wurden, sondern nur die Inhalte von monothematischen Sendungen ausreichend kategorisiert wurden. Sendungen mit verschiedenen Themen wurden hierbei nur pauschal z.B. als „Boulevardmagazin“ eingerechnet.¹⁶⁶ Zudem wurden die Programmprofile auf der Basis des Gesamtprogramms erstellt, die Fensterprogramme also schon mit einbezogen.

¹⁶² vgl. Schlette 1999, 809

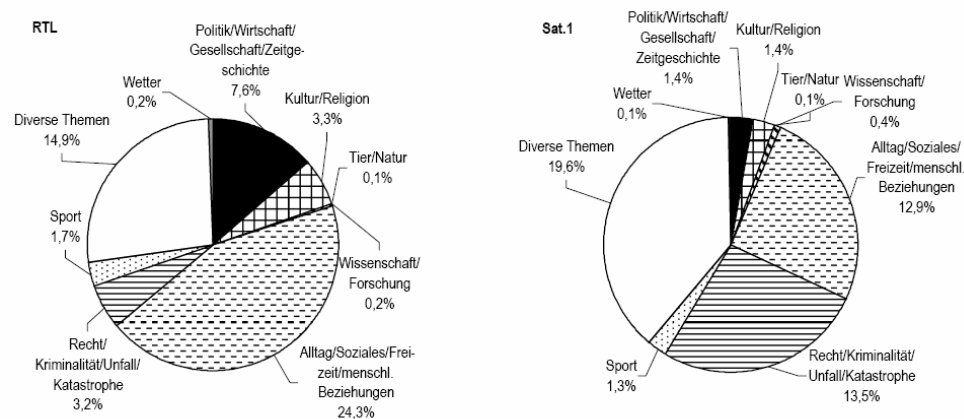
¹⁶³ Uecker 2000, 56 f.

¹⁶⁴ Zu diesen Kriterien vgl. Kapitel 1

¹⁶⁵ vgl. Stock 1997, 51

¹⁶⁶ vgl. Krüger 2010, 174

Abbildung 2: Programmprofil von RTL und Sat.1



Quelle: Krüger 2010, 175

Die obige Grafik zeigt die Gewichtung der einzelnen Themengebiete in einem Kreisdiagramm. Die angegebenen Prozentzahlen beziehen sich auf den Anteil dieser Themen am gesamten Programm, während die Anteile im Kreisdiagramm sich nur auf die nonfiktionalen Inhalte beziehen. In diese Kategorie ist auch die nonfiktionale Unterhaltung (Doku-Soaps) mit einbezogen. Dennoch lässt sich anhand der Grafik eine Tendenz erkennen, welche Themen in welchem Maß von den Sendern behandelt werden.

Die Themenbereiche Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte sowie Kultur/Religion, Tier/Natur und Wissenschaft/Forschung entsprechen weitestgehend den Bereichen Kultur, Information und Bildung, welche von Fensterprogrammen besonders beachtet werden sollten. Tatsächlich ist der Anteil dieser Themenbereiche bei RTL mit insgesamt 11,2% und bei Sat.1 mit nur 3,3% Anteil an der gesamten Sendezeit deutlich unterrepräsentiert. Die Themengebiete, die im Programm der beiden Privatsender am häufigsten vorkommen, sind eher den weichen Themen zuzuordnen. Die Inhalte der Fensterprogramme sollen dazu einen Gegenpol bilden, und eher auf die Inhalte eingehen, die nicht ohnehin schon ein großes Gewicht im Gesamtprogramm haben. Dazu wird zunächst einmal die thematische Grundorientierung jeder Sendung behandelt und geprüft, ob diese der Forderung nach Kultur, Information und Bildung nachkommt. Zum ausführlicheren direkten Vergleich mit der thematischen Ausrichtung des Hauptprogramms wurden die Inhalte der einzelnen DCTP-Sendungen im Stichprobenzeit-

raum vom 01.07.2009 bis zum 31.12.2009¹⁶⁷ in dieselben Kategorien eingeordnet, wobei bei Mehrthemensendungen jeder einzelne Beitrag kategorisiert wurde. Anhand dessen wird ein Themenprofil ähnlich der oben angeführten für die einzelnen DCTP-Sendungen und schließlich für alle DCTP-Sendungen auf einem Sender erstellt und mit dem Themenprofil aller nonfiktionalen Inhalte verglichen. Hierzu müssen die Prozentzahlen aus der obigen Grafik noch hochgerechnet werden, damit tatsächlich der Anteil der jeweiligen Themen an den gesamten nonfiktionalen Inhalten angegeben wird, anstatt des Anteils an der Gesamtsendezeit. Dies ist vonnöten, da die Fensterprogramme ausschließlich der Kategorie der nonfiktionalen Inhalte zuzuordnen sind. Zudem wird noch festgehalten, in welchem Maß gesellschaftlich relevante Gruppen thematisiert werden, und ob thematische Annäherungen an massenattraktive Inhalte bestehen. Auch die Vielfalt innerhalb der DCTP sollte angemessen hoch sein, damit der hohe Anteil der DCTP an der gesamten Drittsendezeit bei RTL und Sat.1 gerechtfertigt ist.

5.2 Alexander Kluges Magazine

Die Magazine „10 vor 11“ und „News and Stories“ stellen die wirklichen „Eigenproduktionen“ der DCTP dar, welche nicht durch Partnerunternehmen sondern von Alexander Kluge selber produziert werden. Die Magazine werden aufgrund ihrer Machart häufig als „Fremdkörper“¹⁶⁸ im übrigen Programm bezeichnet. Kluge mache Fernsehen „als wolle er das Fernsehen zerstören“¹⁶⁹. Häufig werden diese Magazine als „Kulturmagazine“ bezeichnet, obwohl sich die Formate vom bekannten Magazingenre deutlich unterscheiden. Es wird teilweise eher von einem „Kuriositätenkabinett“ als von einer seriösen Magazinsendung gesprochen¹⁷⁰. Häufig angegebenes Beispiel für eine „typische“ Kluge-Sendung ist ein Interview mit einem Japanologen, bei dem die Kamera die komplette Sendung über in der gleichen Einstellung verharret. Der Japanologe beantwortet Kluges Fragen ausführlich auf Japanisch, woraufhin ein Dolmetscher diese Antwort übersetzt¹⁷¹. Diese Art des Fernsehens wird teilweise zynisch damit umschrieben, dass Kluge „experimentiert, ob sich durch den Verzicht auf alle Möglichkeiten, die das Medium Fernsehen bietet, die Einschaltquote auch in negative Be-

¹⁶⁷ Quelle hierfür sind von der DCTP zur Verfügung gestellte Themenlisten sowie eigene Recherche im Internet. Die ausführlichen Themenlisten sind im Anhang nachzulesen.

¹⁶⁸ Uecker 2000, 88

¹⁶⁹ Siemons 1994, 102

¹⁷⁰ Uecker 2000, 91

¹⁷¹ Dieses Beispiel wurde von Schawinski 2007 benutzt, ebenfalls darauf Bezug nimmt bspw. Siemons 1994

reiche bringen lässt (er ist schon ganz nah dran).¹⁷², andere stellen fest, dass Kluge bloß „offen seinen privaten Hobbys“ frönt¹⁷³.

Die Machart der Kluge-Sendungen entspricht nicht den allgemeinen Sehgewohnheiten. Es gibt keinen Sprechertext, lediglich Interviews, Schrifttafeln, Bilder und Musik. Die Inhalte werden innerhalb einer Sendung oft scheinbar zusammenhangslos aneinandergereiht. Diese Art von Sendung ist das, was Kluge unter der Wahrung der Klassischen Öffentlichkeit versteht. Für ihn sind diese Sendungen selber Kultur, anstatt bloß über kulturelle Ereignisse zu berichten¹⁷⁴. Dies entspricht seiner Auffassung von der „klassischen Öffentlichkeit“, in der sich der Rezipient selber Gedanken machen muss, anstatt bloß Konsument zu sein.

Um dem „Auftrag“ eines Fensterprogramms gerecht zu werden, müssen Kluges Magazine insgesamt zur Vielfalt im Fernsehen beitragen, anstatt bloß für Kluge die Möglichkeit zu bieten, seine Vorstellungen von Kultur im Fernsehen zu verbreiten. Ein kritischer Punkt bei der Beurteilung der Kluge-Magazine ist die Tatsache, dass die unterschiedlichen Formate sich kaum voneinander unterscheiden¹⁷⁵. Stattdessen wird das gleiche Material für verschiedene Sendungen gebraucht und teilweise wiederholt¹⁷⁶. Nicht nur die Magazine auf RTL und Sat.1 haben dieses einheitliche Konzept, auch auf VOX findet man ähnliche Sendungen, die teilweise aus Wiederholungen aus anderen Magazinen bestehen. Auch bei der vergleichenden Themenanalyse der Magazine „10 vor 11“ und „News and Stories“ wird diese Annahme bestätigt: von den insgesamt 25 Ausgaben „10 vor 11“ aus dem zweiten Halbjahr 2009 befassen sich 16 Ausgaben mit einem Thema aus dem Bereich „Kultur/Religion“ und 9 Ausgaben mit einem Thema aus dem Bereich „Wissenschaft/Forschung“. Bei „News and Stories“ zeigt sich annähernd eine identische Themenverteilung: in 24 Ausgaben wurde 16-mal über Kultur, sechs Mal über Wissenschaft, sowie zwei Mal über Politik, Wirtschaft, Gesellschaft oder Zeitgeschichte gesprochen. Aufgrund dieses identischen Themenprofils können diese Sendungen zusammengefasst werden

¹⁷² Niggemeier 2006

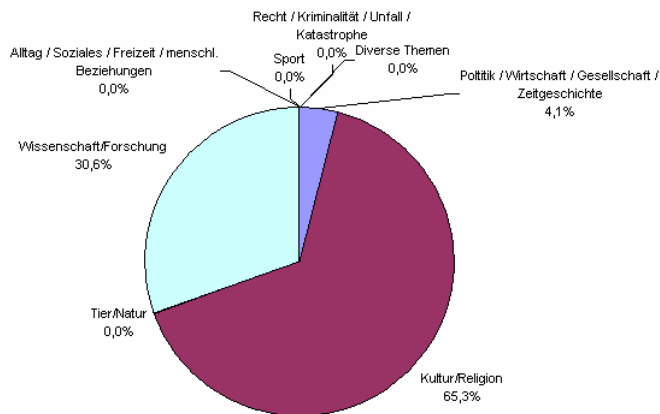
¹⁷³ Schawinski 2007, 125

¹⁷⁴ vgl. Renner 2003

¹⁷⁵ vgl. Uecker 2000, 89

¹⁷⁶ vgl. ebenda, 88

Abbildung 3: Zusammengefasstes Themenprofil „10 vor 11“ und „News and Stories“



Quelle: eigene Darstellung

Das Themenprofil der Kluge-Magazine zeigt einen deutlichen Gegensatz zum sonstigen Programm auf. Mit 65,3% dominiert die Kultur in den genannten Sendungen in Form von Oper, Musik, Literatur etc. Häufig lassen sich auch Themen aus Wissenschaft und Forschung erkennen. So unterhielt sich Kluge 2009 in 30,6% seiner Sendungen mit Forschern und Professoren beispielsweise über „den Materie-Kreislauf im Kosmos“¹⁷⁷. Im Gesamtprogramm von RTL sind Kultur mit 3,3% und Wissenschaft/Forschung mit 0,2% eher schwach vertreten. Bei Sat.1 zeigt sich ein ähnliches Bild: 1,4% Kultur und 0,4% Wissenschaft finden sich im Gesamtprogramm.

Eine Beurteilung, ob diese Sendungen qualitativ hochwertig sind, lässt sich nicht objektiv abgeben, zumal die Kontroverse über die besondere Ästhetik dieser Magazine zu umfangreich ist, um sie im Rahmen dieser Arbeit ausreichend zu beleuchten. Allerdings ist festzustellen, dass sich Kluges Magazine größtenteils auf Themen beziehen, die sowohl in Sat.1 als auch bei RTL unterrepräsentiert sind und somit theoretisch die Vielfalt hinsichtlich der Gegenstandsvielfalt im Bereich Kultur und Bildung erhöhen. Die Aussage, dass die Quoten bei diesen Sendungen eher gering sind, ist für diese Untersuchung irrelevant, da das Angebot der Sender vielfältig sein soll, unabhängig von den tatsächlichen Zuschauerzahlen.

Dazu sei allerdings angemerkt, dass Fensterprogramme gemäß ihrer Aufgabe nicht als „Fremdkörper“ im Programm wahrgenommen werden sollen und auch im Bereich der Kultur dazu geeignet sein sollten, in einem

¹⁷⁷ „10 vor 11“, 14.09.2009

Massenprogramm auch eine größere Zuschauerzahl anzusprechen¹⁷⁸. Gerade Kluges Produktionen werden allerdings häufig als „Fremdkörper“ bezeichnet¹⁷⁹. Ein Kulturmagazin, welches sich besser in das Programmprofil des Hauptveranstalters einfügt und zugleich die Gegenstandsvielfalt erhöht, wäre diesen Produktionen möglicherweise vorzuziehen, zumal auch die Sender unzufrieden sind mit Kluges Produktionen. Der ehemalige RTL-Geschäftsführer Helmut Thoma bezeichnete Kluges Programme seinerzeit als „Quotenkiller“ und gab an: „zu den entsprechenden Sendezeiten subventionieren wir indirekt PRO7. Da bucht ja niemand. Beim Kulturmagazin fällt alles runter“¹⁸⁰. Zu kritisieren ist außerdem, dass Kluges Sendungen in jedem Programm dem gleichen Schema folgen und demnach untereinander kaum voneinander zu unterscheiden sind. So könnte die Vielfalt im Programm durch komplett unterschiedliche Formate noch größer sein. Beide Privatsender weisen Defizite im Bereich der Kultur auf, jedoch ist es auf Vielfaltsgesichtspunkten nicht als ideal anzusehen, wenn diese Inhalte durch beinahe identische Sendungen kompensiert werden sollen, zumal auch der Sender VOX derartige Formate aufweist.

5.3 Spiegel TV Magazin

Der Partner Spiegel TV ist mit am längsten bei der DCTP vertreten und auch am Unternehmen beteiligt. Die Sendung „Spiegel TV Magazin“ auf RTL versteht sich als ein Nachrichtenmagazin und behandelt daher auch überwiegend Themen aus dem Bereich Politik/Wirtschaft/Gesellschaft. Auch Themen aus Alltag/Soziales/Freizeit/menschliche Beziehungen sind teilweise vorhanden, allerdings mit vergleichsweise geringem Anteil. So wurde beispielsweise ein Beitrag mit dem Titel „Endlich Frauenverstehender - Flirttraining für einsame Männer“¹⁸¹ gesendet, der eher den weichen Themen zuzuordnen ist.

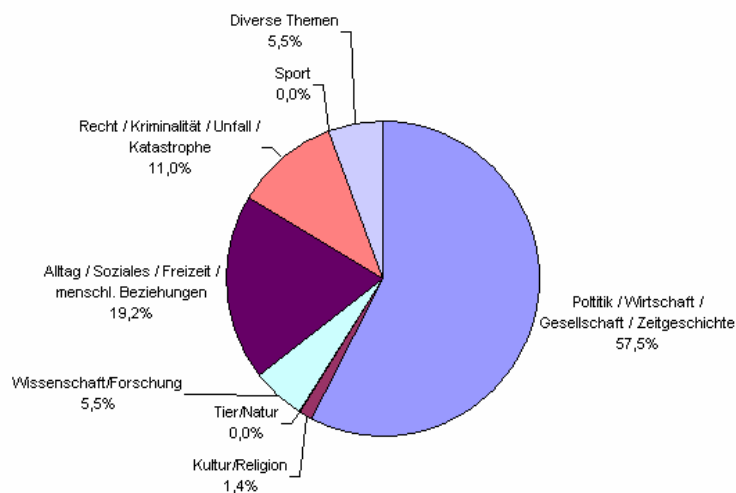
¹⁷⁸ vgl. Schlette 1999, 809

¹⁷⁹ s.O.

¹⁸⁰ zit. n. Siemons 1994, 107

¹⁸¹ Spiegel TV, 18.10.2009

Abbildung 4: Themenprofil „Spiegel TV Magazin“



Quelle: eigene Darstellung

Von 73 Beiträgen aus dem zweiten Halbjahr 2009 machen die Themen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte 57,5% aus. Zusammen mit einem geringen Anteil an Kultur sowie Wissenschaft und Forschung überwiegen deutlich die Themen, die im sonstigen RTL-Programm eher im Hintergrund stehen. Die Gegenstandsvielfalt wird somit erhöht, und auch die Meinungsrichtungsvielfalt steigt, da gesellschaftlich relevante Themen aus der Politik möglicherweise in einem anderen Licht dargestellt werden, da „Spiegel TV Magazin“ seine eigene unabhängige Meinung verbreitet. Demnach bringt „Spiegel TV Magazin“ einen Vielfaltsgewinn besonders im Bereich der Information.

5.4 Stern TV

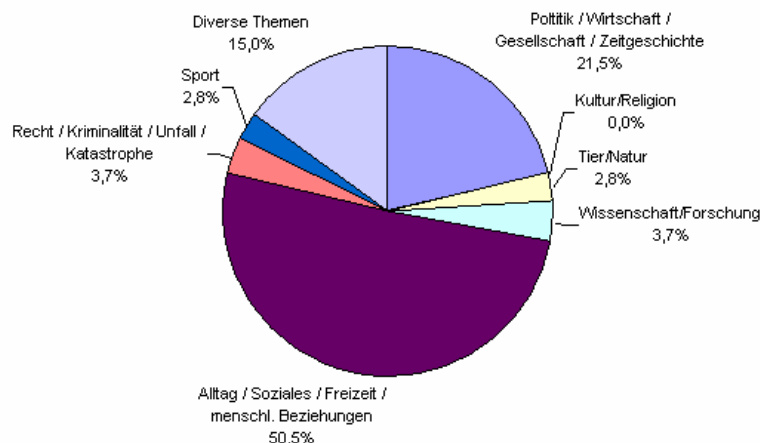
Das Magazin „Stern TV“ weist einige Besonderheiten auf. So liegt das 105-minütige Format nur mit 30 Minuten in der DCTP-Sendezeit. Laut DCTP-Angaben ist die Sendung dennoch redaktionell völlig unabhängig von RTL. Ein inhaltlicher Bezug zu RTL besteht jedoch durch den Moderator Günther Jauch und einige Themen, welche auf das RTL-Programm Bezug nehmen. Als Beispiele sind zu nennen „Teenager außer Kontrolle - Letzte Hoffnung Erziehungscamp“¹⁸², welches sich mit der gleichnamigen RTL-Serie befasst, oder „Supertalent 2009 - Dieter Bohlen wieder auf der Suche“¹⁸³. 107 Beitragstitel wurden für das zweite Halbjahr 2009 betrachtet, dabei über-

¹⁸² Stern TV, 26.08.2009

¹⁸³ Stern TV, 14.10.2009

wiegen Themen aus den Bereichen Alltag, Freizeit, Soziales und menschliche Beziehungen in etwa zur Hälfte.

Abbildung 5: Themenprofil Stern TV



Quelle: eigene Darstellung

Die hohe Gewichtung der Themen, die auch im sonstigen RTL-Programm sehr häufig vorkommen, sowie der inhaltliche Bezug zu RTL-Sendungen stehen grundsätzlich im Widerspruch zum Gebot, einen zusätzlichen Vielfaltsbeitrag darzustellen. Hierbei sollte jedoch berücksichtigt werden, dass ein großer Teil der Sendung außerhalb der 30-minütigen Drittsendezeit liegt. So kann es auch als positiv angesehen werden, dass sich das Format gut in das Programm von RTL einfügt und durch Anknüpfung an vorangegangene Formate wie „Teenager außer Kontrolle“ für einen guten Audience-Flow sorgt, sofern in der Sendung neben massenattraktiven Inhalten auch gesellschaftlich relevante Themen behandelt werden. Beiträge wie „Weder Mann noch Frau - Wie Zwitter um Anerkennung kämpfen“¹⁸⁴ nehmen Bezug auf gesellschaftlich relevante Gruppen. Auch über Ereignisse der Zeitgeschichte wird durch Themen wie „Die Crew der „Hansa Stavanger“ - 121 Tage in der Gewalt von Piraten“¹⁸⁵ berichtet.

„Stern TV“ lässt sich grundsätzlich als Boulevardmagazin einordnen, wie es auch im sonstigen RTL-Programm beispielsweise durch das Format „Extra“ bereits vorhanden ist. Da das Magazin nur zum Teil innerhalb der Drittsendezeit liegt, sind thematische Annäherungen an das sonstige Programm nicht so stark negativ zu werten als wenn die komplette Sendung in der Drittsendezeit liegen würde. Durch gesellschaftlich relevante Themen

¹⁸⁴ Stern TV, 15.07.2009

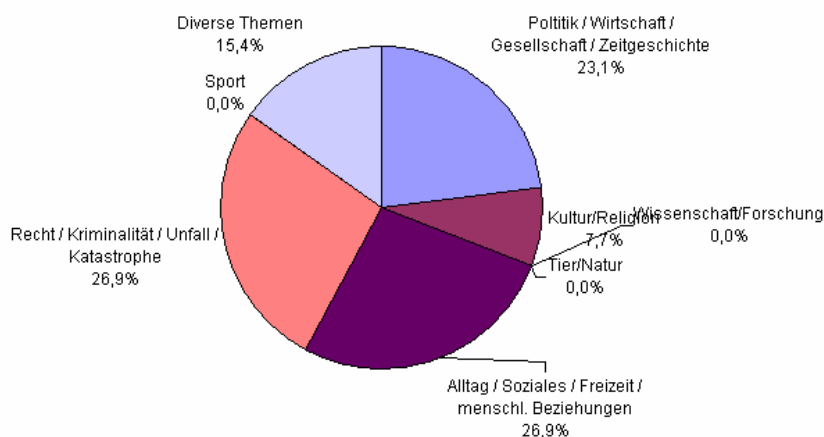
¹⁸⁵ Stern TV, 16.09.2009

und die redaktionelle Unabhängigkeit wird die Meinungsrichtungsvielfalt durch „Stern TV“ grundsätzlich erhöht. Eine Vielfalt an Meinungsrichtungen - auch zu Boulevardthemen - ist im Sinne der geforderten Meinungsvielfalt, die sich auf alle Bestandteile des Programms beziehen soll. Fensterprogramme sollen die Vielfalt „besonders“ in den Bereichen Kultur, Bildung und Information erhöhen, was nicht bedeutet, dass sie ausschließlich derartige Themen behandeln müssen. Es ist jedoch wahrscheinlich, dass das kommerziell erfolgreiche Format auch ohne Drittsendezeitverpflichtung einen Platz im RTL-Programm finden würde, sodass in diesem Fall ein anderes Format während dieser 30 Minuten Drittsendezeit möglicherweise einen zusätzlichen Vielfaltsbeitrag darstellen würde.

5.5 Focus TV Reportage

Seit 2003 ist die Produktionsfirma Focus TV Partner der DCTP¹⁸⁶ und stellt die „Focus TV Reportage“ sowie das Reportageformat „Faszination Leben“ her. Im zweiten Halbjahr 2009 wurde in Sat.1 die „Focus TV Reportage“ gezeigt, insgesamt 26 Reportagetitel wurden kategorisiert.

Abbildung 6: Themenprofil „Focus TV Reportage“



Quelle: eigene Darstellung

Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte nehmen mit über 30% einen hohen Stellenwert ein, wobei als Reportagetitel in dieser Kategorie ausschließlich Wirtschaftsthemen wie „Der Fall Hypo Real

¹⁸⁶ siehe dazu Kapitel 3.5.1

Estate - Chronik eines angekündigten Desasters¹⁸⁷ oder Gesellschaftsthemen wie „Einsatz unter Lebensgefahr - Deutsche Elitesoldaten in Afghanistan“¹⁸⁸ zu finden waren. Ebenfalls bemerkenswert ist der hohe Anteil an Themen aus der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe trotz des ohnehin schon hohen Anteils an Recht und Kriminalität im Sat.1-Programm (13,5%). Vor allem die Zollfahndung wurde in 3 Ausgaben zum Thema gemacht¹⁸⁹.

Durch „Focus TV Reportage“ erhöht sich die Meinungsrichtungsvielfalt, da ein weiterer unabhängiger Anbieter sein Programm im Rahmen der DCTP-Lizenz verbreitet. Gesellschaftlich relevante Themen werden behandelt, jedoch sind auch weiche Themen, insbesondere zu Recht und Kriminalität in hoher Zahl vertreten.

5.6 Faszination Leben

Dieses 15-minütige Reportageformat wird ebenfalls von Focus TV produziert. In den 25 Reportagen aus dem zweiten Halbjahr 2009 wurden 21 Themen aus dem Bereich Alltag/Soziales/Freizeit/menschliche Beziehungen behandelt, lediglich dreimal gab es Themen aus dem Bereich Gesellschaft, wie „Die Lücke im Eisernen Vorhang – deutsch-deutsche Fluchtgeschichten“¹⁹⁰; das Thema „Von der Porno- zur Kunst-Ikone? Dolly Buster und ihr neues Leben als Malerin“¹⁹¹ wurde in die Rubrik „Diverses“ einsortiert, auch wenn sich möglicherweise auch ein Bezug zur Kultur darin erkennen lässt. Insgesamt lässt sich trotz der fast ausschließlichen Behandlung von Alltagsthemen ein Vielfaltsgewinn beobachten, da meist der Alltag von unterschiedlichen gesellschaftlich relevanten Gruppen abseits des Mainstreams gezeigt wird. So portraitierte die Reportage „Exot unter Exoten – Wie ein ungewöhnlicher Lehrer an einer Problemschule Erfolg hat“ einen stark geschminkten homosexuellen Lehrer an einer Schule in Frankfurt, an der ein sehr hoher Migrantenanteil besteht¹⁹².

Die Themenstruktur weist Ähnlichkeiten zur Selbstbeschreibung der Reportageformate von AZ Media auf¹⁹³. Einerseits bringt das Format eine thematische Vielfalt durch Abbildung dieser gesellschaftlich relevanten

¹⁸⁷ Focus TV Reportage, 21.09.2009

¹⁸⁸ Focus TV Reportage, 13.07.2009

¹⁸⁹ Focus TV Reportage, 19.10.2009; 26.10.2009; 23.11.2009

¹⁹⁰ Faszination Leben, 04.10.2009

¹⁹¹ Faszination Leben, 11.10.2009

¹⁹² vgl. Sendungsvorschau auf http://www.focus.de/focustv/faszination-leben/exot-unter-exoten-wie-ein-ungewoehnlicher-lehrer-an-einer-problemschule-erfolg-hat_vid_12946.html

¹⁹³ Siehe S. 28 dieser Arbeit

Gruppen, andererseits besteht auch die Gefahr von Dopplungen zum einen durch die „Focus TV Reportage“¹⁹⁴ und zum anderen durch die Tatsache, dass Focus TV auch die „future TREND Reportage“ im Programmfenster der AZ Media GmbH produziert¹⁹⁵. Hinsichtlich der Meinungsrichtungsvielfalt wären theoretisch Formate verschiedener Anbieter vorzuziehen, zumindest jedoch müsste gewährleistet sein, dass die einzelnen Formate ihre Themen nicht untereinander austauschen und wiederholen.

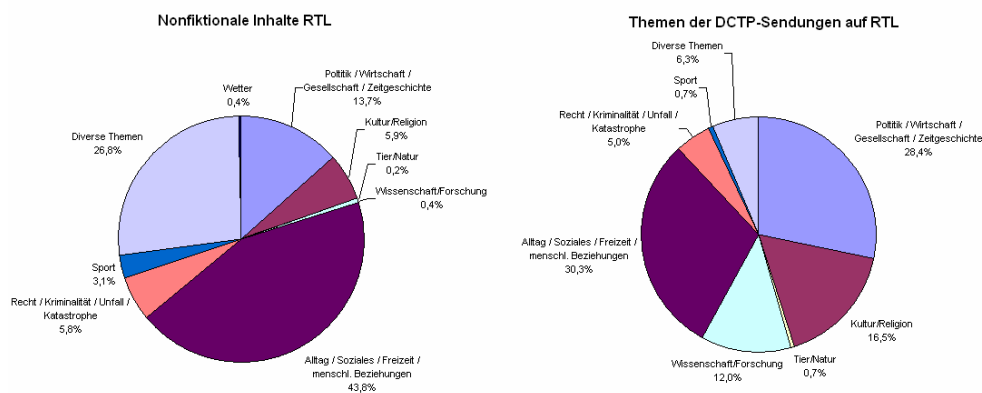
5.7 Gesamtbetrachtung der DCTP-Inhalte im Vergleich zum sonstigen Inhaltsprofil

Um eine abschließende Tendenz feststellen zu können, ob die DCTP-Programme einen ausreichenden Beitrag zur Vielfalt im Programm von RTL und Sat.1 leisten, werden nun die Themenprofile der einzelnen Sendungen zu einem Gesamtprofil der DCTP-Themen innerhalb der Drittsendezeiten der jeweiligen Sender zusammengefasst. Hierzu werden die prozentualen Anteile der Themenbereiche der verschiedenen Sendungen zusammengerechnet. Da die unterschiedlichen Magazine unterschiedliche Längen aufweisen, werden sie unterschiedlich stark gewichtet: „Spiegel TV Magazin“ hat auf RTL beispielsweise mit 45 Minuten Sendezeit einen Anteil von 37,5% an der Gesamtsendezeit von 120 Minuten, somit werden die Themen dieses Magazins mit 37,5% gewichtet. Die so entstandenen Werte lassen sich nun direkt mit dem Programmprofil des Hauptprogrammveranstalters RTL vergleichen. Hierzu müssen die angegebenen Prozentzahlen auf der zugrunde liegenden Grafik noch hochgerechnet werden, da diese sich auf die Gesamtsendezeit beziehen, allerdings zum Vergleich nur die nonfiktionalen Inhalte betrachtet werden sollen.

¹⁹⁴ Sowohl die „Focus TV Reportage“ vom 24.08.2009 als auch „Faszination Leben“ am 25.10.2009 machten ein Kleinwüchsigentreffen in New York zum Thema.

¹⁹⁵ vgl. Niggemeier 2006, dieser schreibt in einem Blogeintrag, dass „future TREND“ Beiträge aus „Focus TV“ bei ProSieben wiederholt.

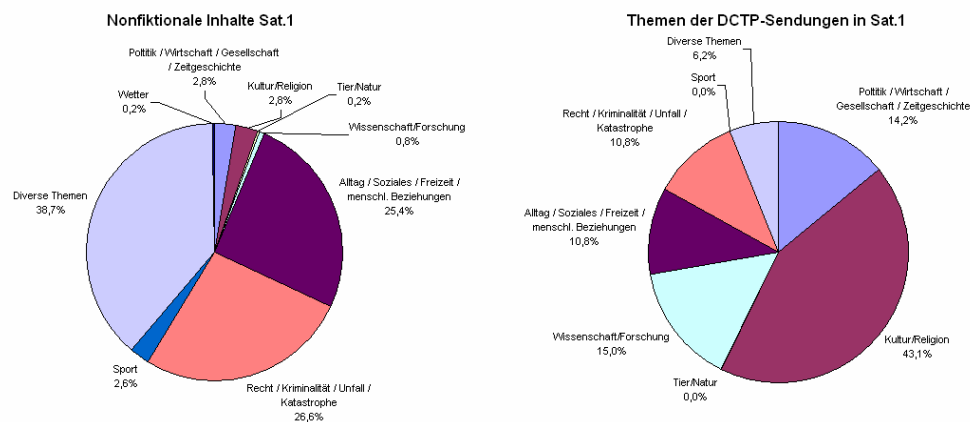
Abbildung 7: Vergleich Themenprofil DCTP und Gesamtprofil RTL



Quelle: eigene Darstellung nach Krüger 2010, 175 / eigene Darstellung

Im direkten Vergleich fällt auf, dass die Sendungen der DCTP die von RTL eher weniger beachteten Bereiche in einem besonderen Maß abhandeln und damit das Programm insgesamt ergänzen. Auch innerhalb der DCTP-Sendungen kommen alle Themenbereiche zur Geltung, wobei jedoch der zur Bildung zählende Bereich Tier/Natur nur vereinzelt in „Stern TV“ behandelt wurde. Die „weichen“ Themen aus dem Bereichen Alltag oder menschliche Beziehungen werden auch in den DCTP-Fensterprogrammen zu einem relativ hohen Anteil behandelt, wobei jedoch der Bezug zu gesellschaftlich relevanten Gruppen beispielsweise in „Faszination Leben“ trotzdem einen Vielfaltsgewinn darstellt. Im Vergleich zu Sat.1 finden sich im Gesamtprogramm von RTL bereits wesentlich mehr Themen aus den für Information, Bildung und Kultur relevanten Bereichen. Daher müsste der Anteil dieser Bereiche in der Drittsendezeit in Sat.1 noch stärker ausgeprägt sein als in der Drittsendezeit bei RTL.

Abbildung 8: Vergleich DCTP-Themenprofil und Gesamtprofil Sat.1



Quelle: eigene Darstellung nach Krüger 2010, 175 / eigene Darstellung

In der Drittsendezeit in Sat.1 sind tatsächlich weniger Themen aus dem Bereich Alltag bzw. Soziales zu finden. Dafür ist der Bereich der Kultur in der DCTP-Sendezeit in Sat.1 wesentlich ausgeprägter als bei RTL. Dies liegt daran, dass Kluges „News and Stories“ mit einem Anteil von 60% an der gesamten Drittsendezeit der DCTP vertreten ist. Die Themen bilden ein besonders deutliches Gegengewicht zum sonstigen Programm, da sich im Gesamtprogramm ausgesprochen wenige Themen im Bereich der Politik, Kultur etc befinden. Kultur und der Bereich rund um Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte sind beide im nonfiktionalen Sat.1-Programm mit je 2,8% sehr gering vorhanden. Die DCTP-Sendungen beinhalten beide Themenkomplexe, wobei die Kultur einen weitaus höheren Stellenwert einnimmt als Politik. Hier hätten mehr politische Themen Eingang in die Drittsendezeit finden können, da beide Bereiche in Sat.1 gleich wenig beachtet werden. Der Anteil der Themen zu Recht und Kriminalität hätte hingegen in den DCTP-Sendungen geringer ausfallen können, da diese Themen bereits zu einem hohen Anteil im Programm von Sat.1 vorhanden sind.

5.8 Zwischenfazit

Es zeigt sich, dass die DCTP insgesamt ein umfangreiches Themenangebot aufweist. Die Zusammenarbeit mit unabhängigen Partnern ist von Vorteil hinsichtlich der Gegenstandsvielfalt und auch der Meinungsrichtungsvielfalt. Die zugrunde liegenden Daten weisen sicherlich eine beschränkte Aussagekraft auf, da nur auf eine Stichprobe aus einem Zeitraum von sechs Monaten Bezug genommen wurde. Zudem wurden die erfassten Beitrags- und Sendungstitel möglicherweise nach anderen Kriterien den Kategorien zugeteilt, die Udo Michael Krüger bei der Programmanalyse in

Media Perspektiven 4/2010 verwendet hat, da die Auswahlkriterien Krögers nicht bekannt sind. Er hat die dem Vergleich zugrunde liegende Grafik außerdem zum Zweck geschaffen, die Inhaltsprofile der Privatsender mit denen der öffentlich-rechtlichen zu vergleichen¹⁹⁶. Bessere Ergebnisse hätte man erreichen können, wenn eine Kategorisierung aller in 2009 ausgestrahlten Magazine, Reportagen und Dokumentationen auf Beitragsebene zum Vergleich herangezogen worden wäre. Dies war jedoch im Umfang der Arbeit nicht möglich, sodass diese bereits vorliegenden Profile herangezogen wurden.

Dennoch lassen sich durch die Analyse Tendenzen der DCTP-Sendungen erkennen, auf vorhandene Defizite im Programm einzugehen und diesen durch besondere Beachtung dieser Themen entgegenzuwirken. Dank der unterschiedlichen Partner weist die DCTP in ihrem Gesamtprofil eine hohe Meinungsrichtungsvielfalt und auch ein breites Themenspektrum auf. Kritisch anzumerken ist jedoch, dass aufgrund der Fülle an Sendezeit, die die DCTP auf beiden Privatsendern und zudem noch bei VOX bespielt, die Gefahr von Wiederholungen besteht. Die Eigenproduktionen Kluges dienen zwar der Meinungsvielfalt, jedoch unterscheiden sich diese in ihrer Machart derart vom sonstigen Programm, dass sie mitunter als „Fremdkörper“ wahrgenommen werden, was nicht das Ziel einer Drittsendelizenz sein sollte. Gegenteilig verhält es sich mit „Stern TV“, welches eine sehr starke Annäherung an RTL aufweist, aber dennoch durch gesellschaftlich relevante Themen einen Beitrag zur Vielfalt leistet.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die DCTP der Forderung des § 31 RStV nachkommt, da sie ein vielfältiges Programm bietet. Das Vielfaltsgebot könnte allerdings besser gefördert werden, wenn innerhalb der DCTP Dopplungen konsequenter vermieden würden. So wäre es vorzuziehen, wenn statt zwei nur eins der inhaltlich sehr ähnlichen „Kulturmagazine“ ausgestrahlt würde und anstelle dessen ein komplett anderes Format diese Sendezeit füllen würde. Auch die 30 Minuten „Stern TV“ könnten anderweitig gefüllt werden, da „Stern TV“ auch außerhalb der Drittsendezeit einen Sendeplatz erhalten würde. „Spiegel TV Magazin“ ist aus Vielfalts Gesichtspunkten zu befürworten, die unterschiedlichen Reportageformate sind ebenfalls zur Vielfaltssicherung geeignet, sofern sie sich nicht untereinander zu sehr ähneln. Ein zusätzliches Format, welches sich mit dem Thema Tier/Natur befasst, würde bei beiden Sendern einen zusätzlichen Gewinn an Gegenstandsvielfalt darstellen. Dieser Themenkomplex wird auch durch die Fensterprogramme eher wenig beachtet.

¹⁹⁶ vgl. Krüger 2010, 174

6 Ausblick

Am Ende der Arbeit soll eine zusammenfassende Beurteilung der Drittsendelizenzen als vielfaltssichernde Maßnahme im Deutschen Privatfernsehen stehen. Mithilfe der Erkenntnisse aus den vorangegangenen Kapiteln sollen die Fragen geklärt werden, ob die heutigen Fensterprogramme tatsächlich die Meinungsvielfalt erhöhen und an welchen Stellen die Regelung einen Verbesserungsbedarf erkennen lässt. Zunächst einmal sei festgehalten, dass vielfaltssichernde Maßnahmen aufgrund der öffentlichen Aufgabe des Rundfunks auch heutzutage noch vonnöten sind, um die Vielfalt der bestehenden Meinungen auszudrücken und Konzentration zu verhindern. Trotz neuer Möglichkeiten, seine Meinung öffentlich zu verbreiten und trotz eines erhöhten Angebots an digitalen Fernsehprogrammen ist das Fernsehen immer noch ein wichtiger Faktor der öffentlichen Meinungsbildung. Hohe Marktzutrittsbarrieren und die Schwierigkeit, ein 24-Stunden-Programm mit Inhalten zu füllen, begünstigen die Medienkonzentration. Daher ist es auch noch vonnöten, eine möglichst hohe Vielfalt im Fernsehen anzustreben. Alternativen zum Fensterprogramm, wie beispielsweise Programmauflagen für den Sender, sind zur Vielfaltssicherung weniger geeignet, da die Meinungsrichtungsvielfalt nicht gefördert wird¹⁹⁷. Auch die Idee der Hauptsender, die Programme unabhängiger Veranstalter in einen eigenen Kanal auszugliedern, erfüllt diese Aufgabe nicht in gleichem Maße, da es vorzuziehen ist, besagte Programme in ein reichweitenstarkes Hauptprogramm einzubetten¹⁹⁸. Um abschließend zu bewerten, ob die tatsächliche Ausgestaltung zur besseren Erreichung dieses Ziels modifiziert werden könnte, werden zunächst noch einmal die aktuelle Situation und die besondere Stellung der DCTP beleuchtet. Im Anschluss soll über Möglichkeiten der Modifikation nachgedacht werden.

6.1 Beurteilung der aktuellen Situation mit besonderem Blick auf die DCTP

Aufgrund des in der vorliegenden Arbeit erläuterten Spannungsverhältnisses sowie des geschichtlichen Hintergrundes sind die momentanen Verhältnisse bei RTL und Sat.1 entstanden. Die Sender haben ein Interesse daran, Veranstalter auszuwählen, die besonders gut zu ihnen passen, um ihre Programmfarbe weitestgehend zu erhalten. In Folge dessen werden stets die bereits bekannten Veranstalter lizenziert. Die DCTP spielt dabei

¹⁹⁷ vgl. Ebsen 2003, 176

¹⁹⁸ vgl. Malzanini 2010

eine besondere Rolle. Alexander Kluge hat selber die Voraussetzungen geschaffen, dass Programmfenster im Privatfernsehen eingerichtet werden. Sein Unternehmen DCTP bespielt die Fensterplätze bei RTL und Sat.1 ununterbrochen seit 1988. Die Frage, inwieweit finanzielle Interessen Kluges überwiegen, kann nicht objektiv beantwortet werden. Er selber gibt stets an, es sei ihm ein Anliegen, die Formen der klassischen Öffentlichkeit auch im Fernsehen zu erhalten, anstatt den Fernsehzuschauer zu einem bloßen Konsumenten werden zu lassen¹⁹⁹. Die DCTP bezeichnet sich selbst als „offenen Kanal“²⁰⁰, da sie offen ist für die Programme Dritter. Ziel sei es, „gemeinsam publizistische Freiräume zu besetzen und zu erhalten“²⁰¹. Kluge möchte einen „zentralen Apparat“ verhindern, „der sich zwischen die Programmacher und die Zuschauer schiebt“²⁰².

Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses steht jedoch die Frage, ob die DCTP tatsächlich die Vielfalt im Programm erhöht. Aufgrund der Analyse der Programminhalte im vorangegangenen Kapitel lässt sich die Aussage treffen, dass die DCTP dadurch, dass sie auf viele unterschiedliche Partner zurückgreift, ein vielfältigeres Programm anbieten kann als die meisten Mitbewerber um Drittsendelizenzen. Manch einer mag kritisieren, dass die DCTP zu einem großen Teil als „Sendezeitmakler“ fungiert²⁰³, jedoch erhöht gerade die Tatsache, dass die DCTP wiederum Sendezeit an andere Unternehmen abtritt die Anbietervielfalt. Jeder zusätzliche Anbieter stellt eine potenzielle neue Meinungsrichtung dar²⁰⁴, die verschiedensten Sendungen erhöhen zudem die Gegenstandsvielfalt. Nur durch die Kooperation mit verschiedenen Partnern gelingt es der DCTP überhaupt, die Sendezeitschienen mit ausreichend Programm zu füllen²⁰⁵.

Das Programm der DCTP ist grundsätzlich geeignet, die Meinungsvielfalt zu erhöhen. Allerdings könnten noch mehr unterschiedliche Meinungsrichtungen auf dem Markt sein, wenn nicht die DCTP als Fensterveranstalter sowohl bei Sat.1 als auch bei RTL auftreten würde. Kluges Kulturmagazine unterscheiden sich auf den beiden Kanälen kaum voneinander, auch im Fall der Programme der DCTP-Partner sind Doppelungen nicht ausgeschlossen. Durch ihre Beteiligung am Privatsender VOX stehen der DCTP Sendeplätze auf drei Privatsendern zur Verfügung. Zudem plant das Unter-

¹⁹⁹ vgl. Kluge 1987, 242

²⁰⁰ Serrao 2008

²⁰¹ ebenda

²⁰² vgl. Wetzel 1987, 251

²⁰³ Engel 2000, 352

²⁰⁴ vgl. Ebsen 2003, 168

²⁰⁵ vgl. Schawinski 2007, 121

nehmen zurzeit, mit einem eigenen digitalen Sender „DCTP.tv“ auf Sendung zu gehen. Dies hätte zur Folge, dass die DCTP einen eigenen Sender und zusätzlich Fensterplätze auf drei weiteren Sendern besitzt. Trotz der verschiedenen unterschiedlichen Partnerunternehmen läuft das der Forderung nach Meinungsrichtungsvielfalt eher zuwider.

Zusammenfassend lässt sich zur DCTP sagen, dass sie zwar durch ein vielfältiges Programm dazu geeignet ist, die Forderungen nach Meinungsvielfalt zu erfüllen, jedoch wäre es vorzuziehen, wenn mehr unterschiedliche Unternehmen die Fensterplätze bespielen würden. Aus den vorangegangenen Erkenntnissen lässt sich zudem feststellen, dass die DCTP auch wegen einer gewissen inhaltlichen Nähe zu RTL in den Vergabeverfahren bevorzugt wurde. Damit mehr unterschiedliche Unternehmen lizenziert werden können, wären also genau diese beiden Punkte, welche der DCTP einen Vorteil gegenüber den Mitbewerbern verschaffen, eine Möglichkeit zur Modifikation.

6.2 Mehr Vielfalt durch mehr Anbieter

Zurzeit sind die Drittsendelizenzen bei RTL und Sat.1 auf zwei bis vier Sendezeitschienen verteilt, sodass lediglich zwei Veranstalter eine Sendezeit von 180 Minuten pro Woche füllen müssen. Weder RStV noch DSZR schreiben vor, in wie viele Sendezeitschienen das Fensterprogramm aufgeteilt werden sollte. Wie eingehend gezeigt, gelingt es der DCTP nur durch die Kooperation mit verschiedenen Partnern, diese Sendezeitschienen mit vielfältigem Programm zu füllen. Auch die KEK hat diesen Zustand bemerkt und stellte die Frage, „ob die Ausschreibung einzelner Sendeplätze, die auch Newcomern die Möglichkeit bieten würde, sich gezielt auf einen Sendeplatz zu bewerben, im Hinblick auf die Meinungsvielfalt nicht vorzugswürdig wäre.“²⁰⁶ Anstatt einer Sendezeitschiene von 120 Minuten könnten gleich einzelne Sendungen ausgeschrieben werden. Für diese können nun auch kleinere Produktionsfirmen Programm anbieten. Die wöchentliche Drittsendezeit kann so auf mehr Anbieter verteilt werden, was die Meinungsrichtungsvielfalt erhöht. Zudem werden die Drittsendelizenzen für mindestens drei, in der Praxis auch oftmals fünf Jahre ausgeschrieben. Drei Jahre lang muss also eine Produktionsfirma jede Woche eine bestimmte Sendezeit füllen. Durch die Schwierigkeit für einen einzelnen Veranstalter, diese gesamte Sendezeit zu füllen, besteht die Gefahr von Redundanzen und Wiederholungen. So könnte die Ausschreibung einzelner Sendungen auch auf kleinere Zeiträume, beispielsweise einzelne Staffeln,

²⁰⁶ KEK 461-2, 19 f.

beschränkt sein. So wie sich „Spiegel TV Reportage“ und „Focus TV Reportage“ in Sat.1 abwechseln, können zwei unterschiedliche Sendungen abwechselnd einen Themenplatz bespielen. Im Falle von Reportagen können gar einzelne Reportageplätze ausgeschrieben werden, sodass jede Woche eine andere Produktionsfirma eine Reportage auf diesem Platz sendet.

Problematisch an dieser Idee ist allerdings die Frage der rundfunkrechtlichen Verantwortung. Fensterprogramme erhalten eine eigene Lizenz, wodurch die Unabhängigkeit vom Hauptveranstalter gestärkt werden soll. Nun ist es unrealistisch, jeder Produktionsfirma für eine einzelne Sendung eine eigene Lizenz zu erteilen. Würde jedoch der Hauptveranstalter auch für die Drittsendezeit seine Lizenz behalten, ist nicht auszuschließen, dass der Sender die Ausstrahlung bestimmter Formate aufgrund wirtschaftlicher Interessen verweigert oder in anderer Weise Einfluss nehmen möchte. Zumindest müsste in diesem Fall eine Endabnahme durch den Sender erfolgen, wenn er die rundfunkrechtliche Verantwortung innehat. Blicke noch die Möglichkeit eines tatsächlichen vom Hauptveranstalter unabhängigen „Sendezeitmaklers“, der die Lizenz zur Drittsendezeit innehat und die Programme der unabhängigen Programmzulieferer veranstaltet. Dies kommt wiederum dem heutigen Konzept der DCTP recht nahe, sieht aber auch vor, dass die Sendungen innerhalb der Drittsendezeit auf mehr unabhängige Anbieter und auch auf einzelne Staffeln verteilt werden können. Hier wäre noch zu klären, wer als „Sendezeitmakler“ in Frage käme. Denkbar wäre auch ein Zusammenschluss aller Produktionsfirmen, welche die Fensterprogramme veranstalten sollen. Diese könnten eine gemeinsame Lizenz erhalten. Durch einen solchen Zusammenschluss von Produktionsfirmen wäre es auch unter den aktuellen rechtlichen Bedingungen schon möglich, sich mit einem vielfältigen Programm bestehend aus verschiedenen Formaten für die Sendezeitschienen zu bewerben.

Ein weiterer problematischer Punkt ist das immer noch bestehende Spannungsverhältnis zwischen Fensterveranstalter und Hauptveranstalter. Der Hauptveranstalter hat aus Rücksicht auf seine Programmautonomie ein Mitspracherecht bei der Auswahl und schließt mit allen lizenzierten Veranstaltern individuelle Vereinbarungen, wie die Abgabe der Drittsendezeit geregelt sein soll. Wenn nun der Hauptveranstalter bei der Auswahl jeder einzelnen Sendung mitwirken soll und dabei die Fragen nach Programmautonomie, Audience Flow etc. eine Rolle spielen, ist der Verwaltungsaufwand bis ein Veranstalter ein Fensterprogramm ausstrahlen kann, wesentlich höher als bei der Ausschreibung weniger Sendezeitschienen. Es müssten wesentlich mehr und wesentlich öfter Anträge geprüft und aus-

gewählt und mit dem Hauptveranstalter erörtert werden. Sowohl die Hauptveranstalter als auch die Landesmedienanstalten und die KEK wären anstatt in ein großes Vergabeverfahren in viele kleine Verfahren eingebunden, welche in wesentlich kürzeren Zeitabständen stattfänden. Demnach ist eine Aufteilung der Drittsendezeit an mehrere Produktionsfirmen vom Verwaltungsaufwand her nur dann durchführbar, wenn sich die Firmen zusammenschließen und sich gemeinsam für eine Drittsendelizenz bewerben.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass es der Meinungsrichtungsvielfalt und der Gegenstandsvielfalt zu Gute käme, wenn mehr unterschiedliche Anbieter die Gelegenheit hätten, die Drittsendezeit zu füllen und anstatt umfangreicher, für kleinere Anbieter schwer zu füllender Sendezeitschienen, lieber einzelne Sendungen ausgeschrieben würden. Für die Ausgestaltung in der Praxis würden sich jedoch auch bei dieser Alternative erhebliche Probleme darstellen, welche nicht ohne weiteres gelöst werden können.

6.3 Der Einfluss des Hauptveranstalters auf das Vergabeverfahren aus Rücksicht auf seine Programmautonomie

Da dem Hauptveranstalter finanzielle Nachteile durch Fensterprogramme entstehen und seine Programmautonomie gewahrt bleiben muss, besteht das Zugeständnis an die Hauptveranstalter, bei der Auswahl ihrer Fensterveranstalter mitzuwirken und einen Veranstalter zu wählen, der am ehesten in ihr Programm passt. Dieses Zugeständnis begünstigt es, dass wiederholt die gleichen Veranstalter lizenziert werden, welche auch größtenteils Verbindungen zum Hauptveranstalter erkennen lassen. Der Sender hat ein berechtigtes Interesse an der Wahrung seiner Programmautonomie, außerdem sollen dem privatwirtschaftlichen Unternehmen keine Wettbewerbsnachteile durch die Abgabe von Sendezeit an unabhängige Dritte entstehen.

So kann bereits die Grenze von 10% Zuschaueranteil, ab dem ein Sender Sendezeit abtreten muss, kritisiert werden²⁰⁷. Wenn allen konkurrierenden Sendern die gleichen „Lasten“ auferlegt würden, wäre die Fensterregelung einfacher für die Sender zu akzeptieren. Die Sender würden nicht versuchen, ihr Programm auf die Zielgruppe zuzuschneiden, um möglichst stark im Verkauf von Werbezeiten zu sein, gleichzeitig aber unter den 10% zu bleiben, um keine Drittsendezeiten abtreten zu müssen. Die 10%-Grenze gilt außerdem für alle Vollprogramme bzw. Spartenprogramme mit

²⁰⁷ so beispielsweise Engel 2000, 350 f., 353

dem Schwerpunkt Information unabhängig davon, wie vielfältig ihr bestehendes Programm bereits ist²⁰⁸.

Eine mögliche Modifikation wäre es also, dass Vollprogramme grundsätzlich einen gewissen Teil der Sendezeit mit Programm von unabhängigen Veranstaltern füllen müssten. Dem entgegen steht das Argument, dass Programme, die einen Zuschaueranteil von 10% erreichen, einen höheren Wirkungsgrad erzielen und die Abgabe von Sendezeit aufgrund von hohen Werbeerlösen finanziell besser verkraften²⁰⁹. Jedoch muss beachtet werden, dass vor allem die Reichweiten in der Zielgruppe für die Werbeeinnahmen eine Rolle spielen und nicht der tatsächliche Zuschaueranteil. Auch Veranstalter, die mehr als 10% Zuschauer erreichen, können Verluste machen²¹⁰. Ein weiteres Argument gegen die grundsätzliche Einräumung von Drittsendezeit ist die Tatsache, dass die großen privaten Vollprogramme jeweils zu einer der beiden großen Sendergruppen gehören. Letztendlich ist jede Sendergruppe derzeit mit einem Programm von der Drittsendezeitregelung betroffen, ProSieben kann beispielsweise mögliche Lasten von Sat.1 wieder aufwiegen. Weitere Verpflichtungen zur Abgabe von Drittsendezeit würden also die Lasten der Sendergruppen möglicherweise noch erhöhen, anstatt zu deren Gleichbehandlung beitragen. Eine abschließende Beurteilung, ob die 10%-Grenze angepasst werden sollte, kann daher in diesem Rahmen nicht getroffen werden.

Es sollten in jedem Fall Überlegungen angestellt werden, inwieweit man den Einfluss der Sender auf die Auswahl der Fensterveranstalter schwächen kann, ohne dabei deren Programmautonomie oder die Zuschauerakzeptanz zu gefährden. Akzeptanzverluste befürchten die Sender oftmals, weil der Zuschauer das Gesehene automatisch dem Hauptveranstalter zuordnet. Daher könnte eine größere Aufklärung der Zuschauer, dass es derartige Fensterprogramme gibt, dazu beitragen, dass der Hauptveranstalter keine Akzeptanzverluste zu beklagen hat. Es wäre jedoch negativ zu bewerten, wenn der Hauptveranstalter sich mit einer Hinweistafel vor und nach dem Fensterprogramm ausdrücklich von diesem distanziert²¹¹. Ob eine Kennzeichnung der Fensterprogramme wirkungsvoll dazu beitragen kann, dass der Zuschauer die Programme nicht dem Hauptveranstalter zuordnet, ist zumindest fraglich und bedarf daher noch einer ausführlicheren Untersuchung.

²⁰⁸ vgl. Schlette 1999, 806

²⁰⁹ vgl. Ebsen 2003, 177

²¹⁰ vgl. Engel 2000, 355

²¹¹ vgl. Schlette 1999, 810

Einer der wichtigsten Punkte, warum die Sender unzufrieden mit Fensterveranstaltern sind, sind ihre finanziellen Einbußen. Die Sender sind zur Finanzierung der Fensterprogramme verpflichtet und befürchten Umsatzeinbußen, wenn ein Fensterprogramm sich negativ auf die Akzeptanz des Gesamtprogramms auswirkt. Es muss also erreicht werden, dass Verluste des Senders weitestgehend ausbleiben und grundsätzlich soweit wie möglich ausgeschlossen ist, dass sich Fensterprogramme negativ auf das restliche Programm auswirken. Dies ist auch mit Modifikationen der aktuellen Regelungen nur schwer zu erreichen, wäre aber ein Faktor, damit die Sender nicht mehr aufgrund dieser finanziellen Bedenken auf ihnen nahe stehende Unternehmen zurückgreifen bzw. sich wiederholt für die bekannten Veranstalter entscheiden. Die Finanzierung ist im RStV nicht näher ausgestaltet, möglicherweise könnten verbindliche, für alle Hauptveranstalter gleichermaßen geltende Regeln zur Finanzierung eingeführt werden.

Außerdem wäre in Betracht zu ziehen, ob die Bezeichnung von Fensterprogrammen als „öffentlich-rechtliches Fernsehen im Privatfernsehen“²¹², wie AZ-Media-Chefredakteur Markus Engelhardt sie bezeichnet, durch eine Gebührenfinanzierung dieser Fensterprogramme in Zukunft tatsächlich eine Berechtigung haben könnte. Die zumindest teilweise Finanzierung aus öffentlichen Mitteln könnte die finanziellen Lasten der Sender verringern und zudem eine Legitimation dafür darstellen, dass Vielfaltsgesichtspunkte bei der Auswahl der Fensterveranstalter eine größere Rolle spielen müssen als die Interessen des Senders.

Konkrete Modelle, wie die Nachteile der Hauptveranstalter verringert werden können, lassen sich in diesem Rahmen nicht entwickeln. Die hier aufgeführten Punkte müssen hierzu weitaus ausführlicher diskutiert werden. Wenn in Zukunft erreicht werden kann, dass die Senderinteressen im Vergabeverfahren eine untergeordnete Rolle spielen, wäre dies im Sinne der Meinungsvielfalt zu begrüßen. Die Landesmedienanstalten könnten in dem Fall die Auswahl selber vornehmen und müssten lediglich ein „Benennen“ mit dem Sender herstellen, wie es zurzeit mit der KEK gefordert wird. Der Sender hätte die Gelegenheit, Bedenken anzubringen, mit denen sich die Landesmedienanstalt auseinander setzen muss, bevor sie letztendlich die Ermessensentscheidung über die Lizenzierung trifft.

Neben der Bevorzugung eines Anbieters durch den Sender, stehen auch die Landesmedienanstalten teilweise im Verdacht, Standortpolitik zu betreiben²¹³. Zu begrüßen wäre es daher, wenn die KEK ein größeres Mitspracherecht bei der Vergabe der Drittssendelizenzen hätte. Im Gegensatz

²¹² zit. n. Gehring 2008

²¹³ siehe Kapitel 3

zu den Landesmedienanstalten bestehen bei der KEK keine Befürchtungen, dass standortpolitische Entscheidungen eine Rolle spielen könnten²¹⁴. In dem Zusammenhang der Standortunabhängigkeit ist auch die Aussage des scheidenden LfM-Direktors Dr. Norbert Schneider von Bedeutung. Dieser ist der Meinung, es bedürfe einer zentralen Medienanstalt der Länder anstelle der einzelnen Landesmedienanstalten²¹⁵. Auch diese Maßnahme würde Standortpolitik vorbeugen. Ein objektives und transparentes Vergabeverfahren ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass tatsächlich aufgrund eines hohen zu erwartenden Vielfaltsbeitrags entschieden wird.

6.4 Zwischenfazit

Die DCTP ist aus zwei entscheidenden Gründen vielen Mitbewerbern überlegen: Zum einen steht sie dem Hauptveranstalter RTL nahe und kann sich beispielsweise mit „Stern TV“ besonders gut in das bestehende Programmschema einfügen, weswegen zumindest im Fall von RTL der Sender ein Interesse an einer langen Zusammenarbeit mit der DCTP haben könnte. Zum anderen kooperiert sie mit verschiedenen Partnern, die das erforderliche Programmvolumen erst möglich machen, um die Sendezeitschienen von 120 Minuten bzw. 75 Minuten zu füllen. Um die Effizienz der Erhöhung der Meinungsvielfalt noch zu steigern, sollten jedoch auch andere Veranstalter die Möglichkeit haben, ihr Programm zu verbreiten. Diese kommen jedoch häufig zu kurz, da ihnen einer oder beide der „Erfolgsfaktoren“ der DCTP fehlen.

Es wäre möglich, den Umfang der Sendezeitschienen zu verringern oder gleich einzelne Sendungen auszuschreiben, damit auch kleinere Firmen mit weniger Möglichkeiten oder einem begrenzteren Themenspektrum eine Möglichkeit haben, innerhalb der Drittsendezeit ihre Formate zu senden. Zudem sollte das Interesse des Senders, einen ihm nahe stehenden Veranstalter auszuwählen, möglichst gering gehalten werden, indem ihm seine Programmautonomie sowie möglichst geringe finanzielle Einbußen oder Wettbewerbsnachteile in jedem Fall garantiert werden. In der näheren Ausgestaltung bieten alle diese Varianten gewisse Schwachpunkte oder Schwierigkeiten. In diesem Rahmen ist es nicht möglich, diese Ideen im Einzelnen auf ihre Durchführbarkeit zu analysieren. Es sollen lediglich die „Stellschrauben“ identifiziert werden, die die derzeitige Situation begünstigen und die man möglicherweise modifizieren kann, um diese zu verbessern.

²¹⁴ vgl. Ebsen 2003, 183

²¹⁵ vgl. Schneider 2010

Fazit

Drittsendelizenzen sollen als vorbeugende Maßnahme die Meinungsvielfalt in Programmen erhöhen, die einen Zuschaueranteil von mehr als 10% im Jahr erreichen. Vielerorts wurde diese Maßnahme als wirkungslos kritisiert. Im Zentrum dieser Arbeit lag die Frage, ob die derzeit lizenzierten Fensterprogramme tatsächlich die Vielfalt im Hauptprogramm erhöhen. Von besonderem Interesse war hierbei die DCTP: Hat sie bei jedem Vergabeverfahren die Lizenzen sowohl bei Sat.1 als auch bei RTL erhalten, weil sie tatsächlich das vielfältigste Programm hat oder spielen die Beziehungen Alexander Kluges eine Rolle, diese Lizenzen zu bekommen? Zunächst einmal lässt sich als Ergebnis festhalten, dass Drittsendelizenzen auch heute noch ein wichtiges Mittel sind, um die Vielfalt im Fernsehen zu erhöhen - sofern ihre Ausgestaltung in der Praxis transparent und nach Vielfaltsgesichtspunkten geschieht. Solange das Fernsehen noch Leitmedium ist, muss auch die Vielfalt der bestehenden Meinungen im Fernsehen Ausdruck finden.

In der Arbeit wurde gezeigt, dass Alexander Kluge in hohem Maß dazu beigetragen hat, dass Drittsendelizenzen überhaupt entstanden sind. Es war seine Idee, dass das Fernsehen nicht alleine den Konzernen überlassen werden dürfe und seine Beziehungen zur SPD haben zur Einführung von Programmfenstern in NRW geführt. Nun bekam die DCTP einerseits durch gute Beziehungen, aber andererseits auch durch ein gutes Konzept, welches die Kooperation mit Partnern wie Spiegel TV beinhaltet, die Fensterplätze auf beiden Privatsendern. Auch nach der Novellierung der Konzentrationskontrolle und der Einführung der Sendezeit für unabhängige Dritte gem. §§ 26 Abs. 5, 31 RStV behielt die DCTP bis heute diese Lizenzen. In der Analyse der Vergabeverfahren ist deutlich geworden, dass die KEK diese Mehrfachlizenzierung zwar kritisiert, die DCTP jedoch nach Ermessen der Landesmedienanstalten allen anderen Bewerbern stets überlegen war.

Letztendlich spielt auch die Haltung der Sender bei der Vergabe der Lizenzen eine große Rolle. Aufgrund ihrer berechtigten Interessen, ihre Programmautonomie zu wahren, haben diese das Recht, bei der Auswahl mitzuwirken. Um ihre Programmfarbe zu erhalten und Akzeptanzverluste zu vermeiden, werden sie sich stets für Anbieter entscheiden, die ihnen nahe stehen. Dies ist hinnehmbar, sofern die lizenzierten Veranstalter tatsächlich einen Vielfaltsbeitrag leisten. Auch die KEK gibt an, dass durch die Auswahl nicht unbedingt der Veranstalter mit der größten Vielfalt lizenziert werden muss. Ein Wechsel der Veranstalter würde die Vielfalt erhöhen,

sofern zu einem Veranstalter gewechselt würde, der ein vielfältigeres Programm anbieten kann als die bisherigen Veranstalter.

Die DCTP sticht vor allem durch das „Herausgeberprinzip“ hervor: sie gibt anderen Unternehmen eine Plattform, ihre Inhalte innerhalb der DCTP-Lizenz zu senden. Dadurch ist die DCTP leistungsfähiger als viele anderen Anbieter und kann die umfangreichen Sendezeitschienen tatsächlich mit vielfältigem Programm bespielen. Die Inhalte der DCTP-Programme stellen eine Ergänzung des sonstigen Programms in den geforderten Bereichen dar. Dies hat eine Analyse der Inhaltsprofile belegt. Demnach ist auch die heutige Situation zur Erhöhung der Vielfalt geeignet. Jedoch wäre ein Programm von mehreren kleineren Anbietern hinsichtlich der Meinungsrichtungsvielfalt positiver zu bewerten. Würden statt ganzer Sendezeitschienen einzelne Sendungen ausgeschrieben, hätten auch kleinere Anbieter die Gelegenheit, mit ihrem Format zugelassen zu werden. Damit eine Zulassung von neuen, unbekannten Produktionsfirmen möglich ist und über die Zulassung im Idealfall ausschließlich nach Vielfaltsgesichtspunkten und nicht aus wirtschaftlichen Interessen des Senders entschieden wird, sollte zudem das Spannungsverhältnis zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter entschärft werden. Das könnte beispielsweise durch eine Überarbeitung der Finanzierung oder eine eindeutigere Kennzeichnung als Fremdprogramm geschehen.

Demnach kann die Forschungsfrage zusammenfassend wie folgt beantwortet werden: Fensterprogramme sind als vielfaltssichernde Maßnahme immer noch vonnöten und in ihrer Ausgestaltung auch geeignet, um die Vielfalt zu erhöhen. Die DCTP hat sicherlich auch durch Beziehungen die Fensterplätze erhalten, jedoch bietet sie ein vielfältiges Programm an, welches auch die Mehrfachlizenzierung rechtfertigt, zumal auch die Interessen des Senders an einen ihm nahe stehenden Partner eine Rolle spielen. Die in Kapitel sechs angegebenen Möglichkeiten zur Modifikation konnten in diesem Rahmen nicht ausreichend hinsichtlich der Durchführbarkeit analysiert werden und stellen daher eine Basis für eine mögliche weitere Forschungsarbeit dar. Nachdem die Interessen der Sender und die Gründe für die Mehrfachlizenzierung der DCTP herausgearbeitet wurden, sollte sich als nächstes die Frage stellen, inwiefern man vielfaltssichernde Maßnahmen auch in Zeiten von Internet und Spartenkanälen modifizieren kann, um das im RStV festgelegte, immer noch wichtige Ziel noch besser zu erreichen: Die Sicherung der Meinungsvielfalt.

Literaturverzeichnis

Bücher

- Altendorfer, Otto: Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. Band 1, Wiesbaden 2001
- Ebsen, Christian/Dörr, Dieter (Hrsg.): Fensterprogramme im Privatrundfunk als Mittel zur Sicherung der Meinungsvielfalt. Schriften zum deutschen und europäischen Medienrecht, Band 12, Frankfurt am Main 2003
- Hallenberger, Mark: Dimensionen des Begriffs „Vielfalt“. In: Kohl, Helmut (Hrsg.): Vielfalt im Rundfunk. Interdisziplinäre und internationale Annäherungen. Konstanz 1997, 10-20
- Kluge, Alexander: Warum Kooperation zwischen Film und Fernsehen? Zur Mainzer Erklärung. In: Arbeitsgemeinschaft der Filmjournalisten/Hamburger Filmbüro (Hrsg.): Neue Medien contra Filmkultur? Berlin 1987, 237-244
- Kübler, Friedrich: Die verfassungsrechtliche Verbürgung der Vielfalt in der Bundesrepublik Deutschland. In: Kohl, Helmut (Hrsg.): Vielfalt im Rundfunk. Interdisziplinäre und internationale Annäherungen. Konstanz 1997, 21-30
- Schawinski, Roger: Die TV-Falle. Vom Sendungsbewusstsein zum Fernsehgeschäft. Zürich 2007
- Siemons, Mark: Zwölftonmusik im Zirkus. Das Fernsehen Alexander Kluges. In: Monkenbusch, Helmut (Hrsg.): Fernsehen. Medien, Macht und Märkte. Reinbek bei Hamburg, 1994
- Stock, Martin: Konzentrationskontrolle in Deutschland nach der Neufassung des Rundfunkstaatsvertrages (1996). In: Stock, Martin/Röper, Horst/Holznagel, Bernd: Medienmarkt und Meinungsmacht. Zur Neuregelung der Konzentrationskontrolle in Deutschland und Großbritannien. Berlin, Heidelberg, New York 1997, 1-70
- Uecker, Matthias: Anti-Fernsehen? Alexander Kluges Fernsehproduktionen. Marburg 2000
- Wetzel, Kraft: Luftlöcher ins Packeis. Alexander Kluges Projekt eines alternativen Fernsehprogramms. In: Arbeitsgemeinschaft der Filmjournalisten/Hamburger Filmbüro (Hrsg.): Neue Medien contra Filmkultur? Berlin 1987, 245-256

Zeitungen und Zeitschriften

- Dörr, Dieter: Die KEK - ein taugliches Instrument zur Bekämpfung der Medienkonzentration? In: Media Perspektiven 2/98, 54-60
- Dörr, Dieter: Maßnahmen zur Vielfaltssicherung gelungen? Der dritte Rundfunkänderungsstaatsvertrag aus verfassungsrechtlicher Sicht. In: Media Perspektiven 12/96, 621-628
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: Fast 50 Millionen Deutsche online - Multimedia für alle? In: Media Perspektiven 7-8/2010, 334-349

- Engel, Christoph: Sonderlasten für Fernsehveranstalter mit einem Zuschaueranteil von 10%. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht 5/2000, 345-356
- Makowsky, Arno: Der Pate als Quotenkiller. Wie der TV-Samariter und Autorenfilmer Alexander Kluge zu einem der mächtigsten Männer des deutschen Fernsehens wurde. In: Süddeutsche Zeitung 16/17.10.1993, o.S.
- o.V.: 20 Unternehmen wollen bei SAT 1 Fensterprogramme verbreiten. In: epd Medien 70/1997, 11
- o.V.: 28 Bewerber an RTL-Fensterzeiten interessiert. In: epd Medien 76/77/1997, 14-15
- o.V.: DCTP und Hannoversche Firma sollen RTL-Fenster veranstalten. In: epd Medien 89/1997, 9 f.
- o.V.: KEK-Vorsitzender rügt Verfahren der LPR. In: epd Medien 85/1997, 13-14
- Krüger, Udo-Michael: Factual Entertainment - Fernsehunterhaltung im Wandel. In: Media Perspektiven 4/2010, 158-181
- Schlette, Volker: Die Einrichtung eines Fensterprogramms gem. §§ 26 Abs. 5, 31 Rundfunkstaatsvertrag als Mittel zur Vielfaltssicherung im privaten Fernsehen. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht 11/1999, 802-811

Juristische Veröffentlichungen

Bundesverfassungsgericht:

- BVerfG 12 205 vom 28.02.1961,
<http://www.servat.unibe.ch/dfr/bv012205.html>, 11.05.2010
- BVerfG 57 295 vom 16.06.1981,
<http://www.servat.unibe.ch/dfr/bv057295.html>, 11.05.2010
- BVerfG 73 118 vom 04.11.1986,
<http://www.servat.unibe.ch/dfr/bv073118.html>, 11.05.2010
- BVerfG 83 238 vom 05.02.1991,
<http://www.servat.unibe.ch/dfr/bv083238.html>, 12.05.2010
- BVerfG 97 228 vom 17.02.1998,
<http://www.servat.unibe.ch/dfr/bv097228.html>, 12.05.2010

Gemeinsame Richtlinie der Landesmedienanstalten über die Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 RStV (Drittsendezeitrichtlinie) vom 16.12.1997,
<http://www.alm.de/fileadmin/Download/Gesetze/Drittsendezeitrichtlinie.pdf>,
08.05.2010

KEK-Mitteilung 5/07 vom 11.12.2007,
http://www.kek-online.de/kek/information/publikation/kek_mitteilung_5.pdf,
04.05.2010

KEK-Verfahrensentscheidungen:

- KEK 017/018 vom 14.07.1997; 24.11.1997; 19.01.1998
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek017und018unabdritle.pdf>,
08.05.2010
- KEK 041 vom 13.07.1999
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek041rtl.pdf>, 08.05.2010

- KEK 136-1 vom 31.05.2002
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek136-1sat1.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 136-3 vom 12.11.2002
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek136-3sat1.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 136-5 vom 11.03.2003
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek136-5sat.1.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 159-2 vom 11.03.2003
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek159-2rtl.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 159-3 vom 11.03.2003
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek159-3rtl.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 383-2 vom 12.06.2007
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek383-2sat.1.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 383-4 vom 11.12.2007
<http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek383-4dctp.pdf>, 08.05.2010
 - KEK 461-2 vom 08.04.2008
http://www.kek-online.de/kek/verfahren/kek461-2_rtl_television.pdf,
08.05.2010
- Landesrundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen (idF vom 11.01.1988), In: Media Perspektiven Dokumentation II/88, §§ 2, 7
- Rundfunkstaatsvertrag in der Fassung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages. In: Media Perspektiven Dokumentation I/2010, §§ 26, 28, 31, 33
- VG Hannover, AZ: 7 B 3575/08, Beschluss vom 29.09.2008,
<http://www.telemedicus.info/urteile/Rundfunkrecht/Privater-Rundfunk/Fensterprogramme/521-VG-Hannover-Az-7-B-357508-Konkurrentenstreit-zwischen-Fensterprogrammveranstaltern.html>,
04.05.2010

Internetquellen

- AZ-Media: Sendungsbeschreibung „30 Minuten Deutschland“,
http://www.azmedia.de/30_minuten_deutschland.html, 17.06.2010
- AZ-Media: Sendungsbeschreibung „die große Reportage“,
http://www.azmedia.de/die_grosse_reportage.html, 17.06.2010
- AZ-Media: Sendungsbeschreibung „trend REPORTAGE“ sowie „future TREND REPORTAGE“,
http://www.azmedia.de/trend_reportage.html, 17.06.2010
- DCTP: Company - Programmauftrag,
http://www.dctp.de/firma_p.shtml, 18.06.2010
- Gehring, Thomas: Lizenz zur Geisterjagd. Im vorgeschriebenen Programmfenster bei RTL spukt's: Ein Beitrag zur Vielfalt von AZ Media TV.
Artikel vom 28.07.2008,
www.tagesspiegel.de/medien/lizenz-zur-geisterjagd/1288402.html, 11.05.2010
- Hanfeld, Michael: Mainzer Medienklüngel, Artikel auf FAZ.net vom 05.09.2007,
<http://www.faz.net/s/RubCF3AEB154CE64960822FA5429A182360/Doc~EF2C3338871F74C78A9A6A365EE337524~ATpl~Ecommon~Scontent.html>

- Hanfeld, Michael: Eine eklatante Ungleichbehandlung,
Artikel auf FAZ.net vom 22.08.2008,
<http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~E25204133D3BF4502B9C671710070E6CD~ATpl~Ecommon~Scontent.html>,
04.05.2010
- KEK-Online, Zuschaueranteile,
<http://www.kek-online.de/cgi-bin/esc/zuschauer.html>, 29.07.2010
- Lilienthal, Volker: Der neue Rundfunkstaatsvertrag: Freie Fahrt für freie Sender,
Artikel auf ZEIT Online 1996,
<http://www.zeit.de/1996/29/rundfunk.txt.19960712.xml>, 11.05.2010
- Lückerath, Thomas: Klage gegen dubiose Drittanbieter-Praxis.
Artikel vom 22.08.2008,
http://www.dwdl.de/story/17320/klage_gegen_dubiose_drittanbieterpraxis/,
04.05.2010
- o.V.: „Focus TV“ macht Front gegen Kluge, Artikel auf FAZ.net vom 17.12.2003,
<http://www.faz.net/s/Rub8A25A66CA9514B9892E0074EDE4E5AFA/Doc~E8E13371B45CB430F93BCD15E90679A0E~ATpl~Ecommon~Scontent.html>,
04.05.2010
- News and Pictures, Sendungsbeschreibung „Planetopia“,
<http://www.planetopia.de/die-sendung.html>, 17.06.2010
- Niggemeier, Stefan: Mit „Future Trend“ zurück in die Zukunft.
Artikel vom 26.09.2006,
<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/mit-future-trend-zuruck-in-die-zukunft/>,
17.06.2010
- Renner, Kai-Hinrich: Die Beziehungen des Alexander Kluge,
Artikel auf ZEIT ONLINE vom 10.07.2003,
<http://www.zeit.de/2003/29/kluge-tv>, 09.05.2010
- Schneider, Norbert: Es geht um das Tafelsilber der Demokratie,
Interview mit epd Medien Nr. 56/57 vom 24.07.2010,
http://www.epd.de/medien/medien_index_77863.html, 10.08.2010
- Schulte, Christian: Fernsehen der Autoren - Die Kulturmagazine der DCTP. Vortrag anlässlich des International Congress „Quality on Television“ 28.-30.11.2002 in Athen,
http://www.dctp.de/aktuelles_vortrag_schulte_athen2002.shtml, 17.05.2010
- Serrao, Marc Felix: Neue Vergabe von Sendelizenzen - das Machtpaket. Süddeutsche Zeitung Online, Artikel vom 08.02.2008
<http://www.sueddeutsche.de/kultur/655/432405/text/>, 04.05.2010

E-Mail-Kontakt

Verfasser: Malzanini, Bernd, Leiter Geschäftsstelle KEK, malzanini@kek-online.de,
Re-2: Anfrage (Bachelorarbeit): Ihre Position zum Thema Drittsendelizenzen?
Empfänger: Pelzer, Alexander, alexpelzer@aol.com, 25.06.2010

Anhang

Anlagenverzeichnis

Stellungnahme von Bernd Malzanini (KEK) per Mail	- 2 -
Überblick Themen „10 vor 11“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)	- 5 -
Überblick Themen „News and Stories“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)	- 7 -
Überblick Themen „Spiegel TV Magazin“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)	- 9 -
Überblick Themen „Stern TV“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: http://www.stern.de/tv/sterntv/archiv/)	- 12 -
Überblick Themen „Focus TV Reportage“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)	- 16 -
Überblick Themen „Faszination Leben“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: eigene Recherche auf http://www.focus.de/suche/faszination%20Leben/Datum/)	- 18 -
Rechnungen zur Ermittlung der Themenprofile aus Kapitel 5	- 20 -

Von: Bernd Malzanini <malzanini@kek-online.de>

An: alexpelzer@aol.com

Thema: Re-2: Anfrage (Bachelorarbeit): Ihre Position zum Thema Drittsendelizenzen?

Datum: Fr., 25. Jun. 2010, 14:56

Sehr geehrter Herr Pelzer,

ich komme zurück auf Ihre Anfrage vom 27. Mai. Zu Ihren Fragen möchte ich wie folgt Stellung nehmen, wobei ich feststelle, dass es sich hierbei nicht um eine Stellungnahme der KEK, sondern lediglich um meine private Meinung handelt :

Sind Fensterprogramme heute noch erforderlich, um die Meinungsvielfalt zu sichern?

Die Verpflichtung zur Aufnahme von Fensterprogrammen im Sinne von § 25 Abs. 4 RStV und §§ 26 Abs. 5, 31 RStV trifft die reichweitenstärksten Programme und Veranstaltergruppen im bundesweiten Fernsehmarkt, mithin die Veranstalter mit der größten Meinungsmacht. Die Einbindung von Fensterprogrammen in Hauptprogramme erhöht die Vielfalt und dient der Brechung der Meinungsmacht des Hauptprogrammveranstalters. Hierfür ist allerdings erforderlich, dass die Fensterprogrammanbieter zumindest redaktionell unabhängig von den Hauptprogrammveranstaltern sind. Die rechtliche Unabhängigkeit ist darüber hinaus bei Veranstaltern von Drittfenstern gemäß § 31 RStV zwingend vorgeschrieben. Regionalfensterveranstalter „sollen“ rechtlich unabhängig sein (s. unten).

Von der Verpflichtung zur Aufnahme von Fensterprogrammen sind bisher nur die RTL-Gruppe mit dem Programm RTL und die ProsSiebenSat.1-Gruppe mit dem Programm Sat.1 betroffen. Die Machtstrukturen im deutschen Fernsehmarkt sind gefestigt. Wesentliche Veränderungen haben sich diesbezüglich weder in der jüngeren Vergangenheit ergeben, noch sind solche in näherer Zukunft zu erwarten. Zudem ist das Fernsehen auch heute noch das Leitmedium und wird es wohl auf absehbare Zeit bleiben. Der Online-Bereich hat zwar hinsichtlich der Meinungsbildung an Bedeutung gewonnen – und diese Entwicklung hält an. Die im Internet angebotenen Inhalte werden aber zu einem Großteil von herkömmlichen Medienangeboten abgeleitet und übernommen. Die ursprüngliche „Gefährdungslage“ besteht somit fort. Folglich ist auch weiterhin eine effektive Sicherung der Meinungsvielfalt erforderlich. Hierzu tragen Fensterprogramme bei.

Erfüllen Fensterprogramme ihre Aufgabe? Kritik und Anpassungsbedarf?

Entsprechend den voranstehenden Ausführungen hat die Einrichtung von Drittfensterprogrammen grundsätzlich eine größere Angebotsvielfalt von unabhängigen Anbietern zur Folge. Dies ist für die Meinungsvielfalt positiv. Voraussetzung ist dabei, dass die Fensterprogrammgestaltung dem Einfluss der Hauptprogrammveranstalter entzogen ist. Dafür ist erforderlich, dass die Fensterprogramme redaktionell unabhängig vom Hauptfensterveranstalter sind. Die Gefahr einer (ggf. auch indirekten) Einflussnahme auf redaktionelle Entscheidungen wird durch rechtliche Unabhängigkeit der Veranstalter minimiert. Bei Veranstaltern von Drittsendezeit nach § 31 RStV ist die rechtliche Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter gemäß § 31 Abs. 3 RStV zwingend. Hinsichtlich Regionalfensterveranstaltern war das Gebot rechtlicher Unabhängigkeit aus § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV mit dem im Rahmen des 10. RÄndStV eingeführten und seitdem unverändert gebliebenen § 53 b Abs. 1 Satz 2 RStV bis zum 31.12.2009 suspendiert worden. Nunmehr eröffnet die mit dem 13. RÄndStV zum 01.04.2010 in Kraft getretene Ergänzung des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV die Möglichkeit, bei Veranstaltern von Haupt- und Fensterprogrammen, die gemäß § 28 RStV zueinander im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens stehen, die Unabhängigkeit durch zum 31.12.2009 bestehende landesrechtliche Regelungen in „anderer Weise“ sicherzustellen. Der darüber hinaus neu angefügte § 25 Abs. 4 Satz 5 RStV gewährt zudem bestehenden Regionalfensterzulassungen einen Bestandsschutz. Diese Regelungen stellen einen Kompromiss dar. Die redaktionelle Unabhängigkeit des Fensterprogrammveranstalters ist untrennbar mit dem Sinn und Zweck der Fensterprogramme verbunden und muss effektiv sichergestellt sein.

Im Rahmen der Auswahl- und Zulassungsentscheidung von Fensterprogrammveranstaltern wird deren jeweiliger Beitrag zur Meinungsvielfalt berücksichtigt. Unter dem Aspekt der Vielfaltssteigerung hat die KEK die erneute Auswahl von bereits in zwei vorangegangenen Lizenzperioden als Drittsendezeitveranstalter zugelassenen Bewerbern als nicht optimal bemängelt (Beschlüsse i. S. Sat.1, Az.: KEK 383-1 bis -4). Zu berücksichtigen ist jedoch, dass ein Wechsel des Fensterprogramm-anbieters nicht automatisch zu einer größeren Vielfalt führt. Insofern ist es Aufgabe der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt, den insgesamt – auch unter Vielfaltsgesichtspunkten – geeignetsten Bewerber auszuwählen.

Es bestehen Überlegungen von Hauptprogrammveranstaltern, die (Regional)Fensterprogramme aus dem Hauptprogramm auszugliedern und in einem eigenen digitalen Kanal zusammenzufassen. Dies könnte zwar einen Gewinn an

Sendezeit für die einzelnen Fensterprogramme bedeuten. Das Modell birgt jedoch die Gefahr, dass die einzelnen regionalen Fensterprogrammangebote dann in einem wenig homogenen und fragmentierten Gesamtprogramm untergehen. Insbesondere haben Regionalfenster neben der Förderung der Regionalberichterstattung die Aufgabe, die Meinungsmacht des Hauptprogrammveranstalters aufzubrechen. Dies verdeutlichen die Einräumung von Sendezeit für Fensterprogramme gerade in den reichweitenstärksten Programmen sowie die dafür gewährten Bonuspunkte (§ 26 Abs. 2 Satz 3 RStV) im Rahmen der Prüfung des Vorliegens von vorherrschender Meinungsmacht. Bei einer Ausgliederung aus den reichweitenstärksten Hauptprogrammen kann diese Funktion nicht mehr in gleicher Weise erfüllt werden.

Ich hoffe, Ihnen hiermit weitergeholfen zu haben und verbleibe

mit freundlichen Grüßen

Bernd Malzanini

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)
Helene-Lange-Straße 18a
14469 Potsdam

Telefon: +49 (0) 331 / 200 63 60

Telefax: +49 (0) 331 / 200 63 70

E-Mail: malzanini@kek-online.de

Die KEK im Internet: <http://www.kek-online.de>

Themen „10 vor 11“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)

Afrika zwischen Krise und Utopie

Dr. Benedikt Franke über den unterschätzten Kontinent
06.07.2009

Ein himmelblauer Trabant

Katrin Sass über einen Ostschlager, den im Westen keiner kannte
13.07.2009

Das Meinungsforum

Jakob Augstein, Herausgeber und Verleger der Wochenzeitung "der Freitag"
20.07.2009

"Nicht-arische" Arien

Tim Fischer singt Chansons von Georg Kreisler
27.07.2009

Zauberwelt der Moleküle und Atome

Begegnung mit Nobelpreisträger Gerhard Ertl
03.08.2009

Der Anatom

Dr. med. h.c. Josef Hader über Tod und Leben
10.08.2009

Der verkannte Kaiser

Pedro Barceló über Constantius II., den christlichsten der Christenkaiser
17.08.2009

Beinah wären wir Römer geworden

Helge Schneider aus Anlass von "60 Jahre Bundesrepublik"
24.08.2009

Die Entstehung des Experten

Von den Universitäten des Mittelalters zum "Sachverständigen" der Gegenwart
31.08.2009

Das abenteuerliche Herz

Martin Wuttke inszeniert Ernst Jüngers Drogentexte am Berliner Ensemble
07.09.2009

Saatkörner des Lebens

Prof. Dr. Philipp Richter über den Materie-Kreislauf im Kosmos
14.09.2009

Orpheus, Ur-Mythos der Oper

Lothar Zagrosek dirigiert ORPHEUS UND EURYDIKE von Ernst Krenek (1926)
21.09.2009

Der Gang nach Canossa

Wie ein Deutscher Kaiser sich vor dem politischen Absturz rettete
28.09.2009

Wie lange haben wir noch Zeit?

Dr. Harald Schumann über den globalen Countdown
05.10.2009

Ich, Kanzler, Handlungsreisender und Faust

Portrait des Schauspielers Thomas Thieme
12.10.2009

Erklären Erfahrungssätze der Theoretischen Physik Einzelheiten der Finanzkrise?

Prof. Dr. Stefan Bornholdt über Tücken der Statistik und Lawineneffekte
19.10.2009

Finanzen einer Raubgesellschaft

Götz Aly über "Hitlers Volksstaat"
26.10.2009

Monotheismus und Sprache der Gewalt

Prof. Dr. Jan Assmann über die Geburtstunde von "Wahr" und "Unwahr"
02.11.2009

Feldforschung im Schimpansenwald

Prof. Dr. Christophe Boesch über Gewalt und Solidarität
bei Menschenaffen in Afrika
09.11.2009

Mein Chor und Ich

Sophie Rois spielt die Traviata
16.11.2009

Keine Lust zu herrschen

Peter Konwitschny inszeniert Mozarts Kaiserdrama
LA CLEMENZA DEL TITO
30.11.2009

Diese Frau ist zu gefährlich!

Klaus Gietinger über Hauptmann Pabst und seine Kameraden, die Rosa Luxemburg umbrachten.
07.12.2009

Die Pilgerfahrt zum unsichtbaren Gott

Abt Primas Dr. Notker Wolf über das "Unruhige Herz" und die Stationen der Ruhe
14.12.2009

Im Gluthauch der Oper

Gerd Rienäcker über die Zukunft des Musiktheaters
21.12.2009

Eiskalt rinnt die Träne mir den Rücken herunter!

Helge Schneider als Charakterdarsteller
27.12.2009

Themen „News ans Stories“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)

Die Geburt der Musik aus dem Gezänk des Konzils

Christian Stückl inszeniert PALÄSTRINA an der Bayerischen Staatsoper
05.07.2009

Zufall und Wahrscheinlichkeit

Prof. Dr. Wakolbinger über Zufall und Wahrscheinlichkeit
12.07.2009

Bakterien vergessen nichts!

Prof. Dr. Dr. Jörg Hacker über Millionen Jahre alte Inseln des Wissens in der Evolution
19.07.2009

Superstar der Peking-Oper!

Meisterregisseur Chen Kaige und sein Film über den unsterblichen Sänger Mei Lanfang
26.07.2009

Königinnen und Mätressen

Prof. Dr. Benedetta Craveri über Frauenmacht in Frankreich
02.08.2009

Krieg den Blitzen!

Künstliche Entladung von Gewitterwolken durch Laser-Beschuss
09.08.2009

Die 8. Plage

Prof. Dr. August Dorn über ein 500 Millionen Jahre alte Spezies:
die Heuschrecken
16.08.2009

Zauberhafte Armida

Glucks Meisteroper über eine gewaltige Liebesschlacht
23.08.2009

Der Ritter der silbernen Gestalt

Richard Wagners LOHENGRIN an der Staatsoper Stuttgart
06.09.2009

Die Seele braucht Vitamin C

Helge Schneiders neueste Abenteuerreisen
13.09.2009

Die Vermessung des Himmels

Prof. Dr. Jürgen Oberst über Planeten, Asteroiden und Monde
20.09.2009

Ohne Rücksicht auf Verluste!

Hans-Magnus Enzensberger: Wie erzählt man Lebensläufe?
27.09.2009

Was schafft Vertrauen in der Welt?

Sophie Rois über Großmut, Finanzkrise, Frauenmacht und Tod
04.10.2009

Der verhängnisvolle Schlangenbiss!

Einzigartige Aufführung von Glucks ORPHÉE & EURIDICE
(mit perfekt integriertem Ballett)
11.10.2009

Die Weltgeschichte der Sklaverei

Prof. Dr. Egon Flaig über die Katastrophe als Normalzustand
18.10.2009

War Judas Verräter oder Treuhänder?

Das rätselhafte Judas-Evangelium
25.10.2009

Die rechte Hand Gottes

Michael Haneke über seinen preisgekrönten Film DAS WEISSE BAND
01.11.2009

Der Sklavenaufstand von San Domingo

Hans Christoph Buch: Wie die Negersklaven von Haiti die
Französische Revolution beim Wort nahmen
08.11.2009

Der blinde Fleck in der Intelligenz der Banken

Dirk Baecker und die Börsenkrise
15.11.2009

Mediale Konstruktion eines tödlichen Rätsels

Karl Heinz Bohrer über die Wucht antiker Tragödien
29.11.2009

"Mein guter Wille muss vertrauen können!"

Prof. Dr. Paul Kirchhof über den Fall Müller Arnold und andere Beispiele für das MASS DER GE-
RECHTIGKEIT
06.12.2009

Irrflug einer Rache

Barrie Kosky inszeniert Verdis RIGOLETTO an der Komischen Oper Berlin
13.12.2009

Als Spiegel-Journalist im Dezember 1989 in Ost-Berlin

Matthias Matussek über den Monat, der auf die Wende folgte
20.12.2009

Wie sind Tote auf Urlaub!

Schorsch Kamerun über Menschen in den Münchner Räterepublik (1919)
27.12.2009

Themen „Spiegel TV“ 2. Halbjahr 2009 (Quelle: DCTP)

Datum	Partner	Titel
05.07.2009	Spiegel TV	1. Staatstrauer - Der lange Abschied vom King of Pop, 2. Von der Mutter entführt - Wenn Kinder zur Beute werden, 3. HSH - Von der Landesbank zum größtenwahnsinnigen Global Player
12.07.2009	Spiegel TV	1. Mit 17 hat man noch Träume - Schlagermove in Zeiten der Krise, 2. Olga aus Minsk ist nicht Susi aus Rostock - Abzocke in Flirtbörsen, 3. George Clooney, Gaddafi und das Elend - G8 in den Abruzzan, 4. Strahlende Zukunft - Pannen-AKW Krümmel
19.07.2009	Spiegel TV	1. Am Aktenberg gescheitert - Mutmaßlicher Sexualstraftäter auf freiem Fuß, 2. Alles Käse oder was? - Essen aus der Fabrik, 3. Null Bock und 46 Fehltage - Hausbesuche bei Schulschwänzern
26..07.2009	Spiegel TV	1. Geblendet in den Crash - Rekonstruktion der Massenkarambolage auf der A2, 2. Dubiose Freundschaftsdienste - Thomas Middelhoffs dubioses Geschäftsmodell, 3. Endziel Europa - Die neue Route der Armutsflüchtlinge
02.08.2009	Spiegel TV	1. Reise ins politische Abseits - Ulla Schmidts Dienstwagenaffäre, 2. Zwischen Scheinselbstständigkeit und Scheinheiligkeit - Streit um Flatrate-Bordelle, 3. Krisenende in Sicht? - Lehren aus der großen Depression
09.08.2009	Spiegel TV	1. Ende eines monatelangen Alptraums - Die Hansa Stavanger ist frei, 2. Antifaschistische Abholzaktion - Streit um Hitler-Eiche, 3. Einsam auf dem Hof - Jungbäuerinnen auf Partnersuche
16.08.2009	Spiegel TV	Wahljahr 2009 - Zuschauer fragen, Kanzlerkandidat Steinmeier antwortet
23.08.2009	Spiegel TV	1. Tod eines Höllenengels - Der Rockerkrieg in Berlin eskaliert, 2. Ausgeknipst - Das Märchen von der guten Energiesparlampe, 3. Auf verlorenem Posten - SPD Wahlkampf in Ostfriesland, 4.
30.08.2009	Spiegel TV	1. Ende der Glühlampe - Ökotest gegen Umweltminister Gabriel, 2. Angeschossen und verprügelt - Streit im Boxpromotermilieu, 3. Neonazis - Rechter Pöbel gegen Polizei, 4. Vor 70 Jahren - Deutschland entfesselt Weltkrieg
06.09.2009	Spiegel TV	1. 18 Jahre Horror - Das Leiden der Jaycee Lee Dugard, 2. Politik in H0 - Wahlkampf im Miniaturwunderland, 3. Von Polizeikugeln durchsiebt - Warum musste Tennessee E. sterben? 4. Ich sehe was, was Du nicht siehst - Wissenschaftler testen Wunderheiler
13.09.2009	Spiegel TV	1. Luftangriff per Knopfdruck - Die blutigen Folgen "sauberer" Kriegsführung, 2. Chinesen süß-sauer - Rüpel Rüttgers auf Fettnäpfchen-Tour, 3. Flammende Minderheit - das Geheimnis der Rothaarigen

20.09.2009	Spiegel TV	Wahljahr 2009 - Zuschauer fragen, Renate Künast, Gregor Gysi und Guido Westerwelle antworten beim Townhall.Meeting.
27.09.2009	Spiegel TV	Das Leben in der Hauptstadt
04.10.2009	Spiegel TV	1. Feiern gegen den Terror - Hochsicherheitszone Oktoberfest, 2. Schmuggelware Nikotin - Das Milliardenengeschäft mit der Marke Jin Ling, 3. Die Mauer muss weg - Grenzstreit 20 Jahre nach der Wende
11.10.2009	Spiegel TV	1. Unschöne Wahrheit oder unerträglicher Rassismus? - Sarrazin und die Kopftuchmädchen, 2. Mager-Models nein danke! - Das Ende der Brigitte Diät, 3. Frau Hitler?! - Adolfs Schädel offenbart sein Geheimnis
18.10.2009	Spiegel TV	1. Chemie statt Natur - Die unappetitlichen Tricks der Nahrungsmittelindustrie, 2. Wo ist Hitler? - Neue Untersuchungen am mutmaßlichen Führerschädel, 3. Endlich Frauenverstehere - Flirttraining für einsame Männer
25.10.2009	Spiegel TV	1. Die Rückkehr der Gier - Millionenboni trotz Krise, 2. Tod im Main - Ein Einwanderer-Schicksal, 3. Statussymbol auf 4 Pfoten - Luxus für den Hund
01.11.2009	Spiegel TV	1. Gekündigt - Letzter Arbeitstag bei Quelle, 2. Rechte Attacke - Hooligan Angriff auf Zuschauer, 3. Mops im Bademantel - Auf den Hund gekommene Tierliebhaber, 4. Hitler war keine Frau - Die unendliche Geschichte um des Führers Schädel
08.11.2009	Spiegel TV	Das letzte Jahr der DDR - Vom Tag nach dem Mauerfall zur Wiedervereinigung
15.11.2009	Spiegel TV	1. Wenn die Leere alles ausfüllt - Tabukrankheit Depression, 2. Tote und Verletzte - Eskalation bei Rocker-Krieg, 3. Ein einziger Saustall - Chaos bei der Schweinegrippe
22.11.2009	Spiegel TV	1. Verpiffen und verschoben - Neuer Skandal bei Fußball Wetten, 2. Letzte Hoffnung Pfandleihhaus - Hochbetrieb in Krisenzeiten, 3. Deutscher Anlagebetrüger - Die Geschäfte des Herrn K.
29.11.2009	Spiegel TV	1. Zwischen Sehnsucht und Blutdurst - Das Twilight Phänomen, 2. Nach Einbruch der Dämmerung - Hochsaison für Langfinger, 3. Merckels Problem - Ein Bombenabwurf und seine Folgen
06.12.2009	Spiegel TV	1. Brennende Polizeiautos - Chaoten greifen Rechtsstaat an, 2. Allah ist größer - Streit um den Ruf des Muezzin, 3. Umweltskandal - Die vergifteten Kinder von Sodom, 4. Afghanistan - Der vermeidbare Tod des Gefreiten Motz
13.12.2009	Spiegel TV	1. Heiße Luft um nichts - Kein Prima Klima für Kopenhagen, 2. "Ich wohn´ hier noch, da bist Du schon tot" - Mietnomade vor Gericht, 3. Linksdrehend rechtsrum gemacht - Mentalist im Einsatz

20.12.2009	Spiegel TV	1. Unterhaltspflichtig, aber rechtlos - Väter allein zu Haus, 2. Vorsicht Falle - Stromanbieter und ihre Lockangebote, 3. Wer tötete Sonya A.? - Grenzen der DNA-Beweise, 4. Zwischen Kriegstrauma und Trauerkult - Amerikas Umgang mit seinen gefallenen Söhnen.
------------	------------	--

Themen „Stern TV“ 2. Halbjahr 2009

(Quelle: <http://www.stern.de/tv/sterntv/archiv/>)

01.07.2009

1. Nadja Benaissa bei stern TV - "Ich habe jetzt diesen Stempel"
2. Ein Leben mit 32 Adoptivkindern
3. Wer hat Schuld an Tims Tod? - Vor drei Jahren ertrank der damals achtjährige Tim in einem Hotel-pool in der Türkei.
4. Gefährlich gepackte Urlaubsaautos - Wenn Gepäck zur tödlichen Gefahr wird
5. stern TV-Aktion - Schicken Sie uns Ihre Urlaubsfotos

08.07.2009

1. Kofferauktion bei stern TV - Der Reiz, fremde Koffer zu öffnen
2. Adoptiert auf den Philippinen - Eine junge Frau sucht ihre Identität
3. „Work and Travel“ - Wie junge Deutsche im Ausland jobben
4. Billigurlaub im Test - Kreuzfahrt zum Spartarif
5. Diese Swobodas: die stern TV-Doku-Soap - Hausbau mit Hindernissen

15.07.2009

1. Schönheits-Check - Je jünger, desto schöner?
2. Wo sind meine Eltern? - Ein Adoptivkind auf Spurensuche
3. Weder Mann noch Frau - Wie Zwitter um Anerkennung kämpfen
4. Zuschaueraktion - Das sind die schönsten Hochzeitsbilder

22.07.2009

1. Wer sind meine Eltern? - Wie Nina ihre Familie wieder findet
2. stern TV-Test - So findet man einen guten Babysitter
3. Leben mit dem Seckel-Syndrom - Kleine Leute ganz groß
4. Jede Sekunde zählt - Kindernotärzte im Einsatz

29.07.2009

1. Provokative Therapie - Crashkurs gegen Beziehungsstoff
2. Späte Väter - Babyboom im Rentenalter
3. Liebesglück aus dem Internet - Alleinerziehende auf Partnersuche
4. stern TV-Test - Samenspender gesucht

05.08.2009

1. Kampf den Kilos - Neuer Lebensmut dank Operation
2. stern TV-Test - Wo der Schuh überall drückt
3. Unheimliche Macht - Von Zwängen beherrscht
4. Erotikmassage statt Shiatsu - Mobile Masseure im Test

12.08.2009

1. Wenn Fifi nicht hört - Der Psychotest für Hund und Halter
2. Von schwangeren Löwen und Nacktmullen - Reproduktionsmediziner im Einsatz
3. Alltag im Zoo - Wie Tierärzte einem Tiger das Leben retten
4. Nemo - Ein Otter macht Urlaub

19.08.2009

1. Feilschen ist Pflicht - Die Tipps und Tricks der Geizhalse
2. Die Tricks der PC-Abzocker - Computer-Notdienste im Test
3. Messie-Syndrom - Zwischen Sammelwut und Zwangsräumung
4. Vom Traumhaus zum Horrorhaus - Wie Häuslebauer abgezockt werden

26.08.2009

1. Teenager außer Kontrolle - Letzte Hoffnung Erziehungscamp
2. Kriminelle Karrieren - Was wurde aus den Kindern von Köthen?
3. Die Arche in Berlin - Wo Kinder ihre Sorgen vergessen
4. Gequälte Kinder in Deutschland - Den eigenen Eltern entkommen

02.09.2009

1. Lebensmittelkontrolleure im Einsatz - Alltag zwischen Ungeziefer und Gammelfleisch
2. Erstaunliche Ergebnisse bei stern TV - Tiefkühlware im Auftautest
3. Geschmackstest mit Kindern - Wenn Äpfel wie Nudeln schmecken
4. Snacks zum Selbermachen - Auch Naschen kann gesund sein
5. Ein Gaumenschmaus im stern TV-Studio - Kochen mit den Ludolfs

09.09.2009

1. Heike Groos über den Krieg am Hindukusch: - "Die Toten waren das Schlimmste"
2. Paul Biedermann bei stern TV - "Ich lasse mich wenig beeindrucken"
3. Verbraucherschutz - Wie Handy-Schnäppchen für Frust sorgen
4. Extremsport "Slackline" - Seiltanz in 3000 Metern Höhe
5. Unfreiwillige Amokfahrt - "Hilfe, mein Golf ist nicht zu bremsen!"

16.09.2009

1. S-Bahn-Überfall - Zivilcourage endet tödlich
2. Diät-Finale - Hat Calli sein Traumgewicht erreicht?
3. Die Crew der "Hansa Stavanger" - 121 Tage in der Gewalt von Piraten
4. Neues Geschäftsmodell - Kleine Löhne bei Schlecker-XL

23.09.2009

1. Beschneidungen bei Frauen - Der Kampf gegen eine grausame Tradition
2. Neue Therapie für Angst-Patienten - Phobien wegklopfen - wie soll das gehen?
3. Amoklauf - Winnenden - ein halbes Jahr danach
4. stern TV kauft verdeckt über 300.000 Datensätze - Das Geschäft mit geklauten Daten

30.09.2009

1. Markendetektive unterwegs - Wer steckt hinter den Billigmarken?
2. Elefantennachwuchs im Tierpark Hagenbeck - Es ist ein Mädchen
3. Blutsbrüder - Mein Freund, der Kindersoldat in Liberia
4. Kindesrückentführung aus Ungarn - Was wurde aus Klaudia und Maria?

07.10.2009

1. Sebastian Deisler bei stern TV - So besiegte ich meine Depression
2. 400.000 Euro gefunden nur 6000 Euro Finderlohn - Ist der Ehrliche am Ende der Dumme?
3. Blutsbrüder - Mein Freund, der Kindersoldat in Liberia
4. Das grausame Ritual von Taiji - Wie Ric O'Barry die Delfine retten will
5. Die Baukatastrophe von Neustadt - 150 Menschen sind plötzlich obdachlos

14.10.2009

1. Bagatell-Kündigungen - Wenn eine Frikadelle den Job kostet
2. Der Unsinn mit den Nährwerten - Wie Packungen Verbraucher verwirren
3. Charité testet Mittel gegen Alkoholsucht - Große Hoffnung für Alkoholranke
4. "Supertalent 2009" - Dieter Bohlen wieder auf der Suche
5. "Ich bin wieder da" - Johann Traber obenauf

21.10.2009

1. Hartz-Haft, aber lecker - Gut kochen - trotz Hartz IV
2. "Mach mir den Hof" - Bäuerin sucht Mann
3. Marathon-Oma Ruth - Mit 79 noch gut zu Fuß
4. Das Wunder von Erlangen - Komapatientin bringt Baby zur Welt

28.10.2009

1. Streit um Hartz IV - Wie viel Geld braucht eine Familie wirklich?
2. Rechtsirrtümer - Das ist doch erlaubt - oder?
3. Anna berichtet live bei Günther Jauch - Amoklauf in Sankt Augustin verhindert
4. Staatsanwalt zum Videothekenmord 1993 - "Ein Mörder wurde freigesprochen"
5. Butler Lothar Herzog erzählt - So war Erich Honecker wirklich

04.11.2009

1. Abofallen im Internet - Ein Klick mit Folgen
2. Streit um Hartz IV - Ist doch eine Erhöhung nötig?
3. Wiedersehen nach 19 Jahren - Adoptivkind findet seine Familie
4. Ärztepusch - Wenn ein OP-Tuch zum Tumor wird

11.11.2009

1. Schweinegrippe - Impfen: Ja oder nein?
2. Robert Enke - Tragödie eines Ausnahmesportlers
3. Mach mir den Hof - Liebesglück mit stern TV
4. stern TV-Test - Koks auf der Kohle

18.11.2009

1. stern TV macht den Test - Wie gesund sind Kindersnacks?
2. Aktion "Küchen für Deutschlands Schulen" - Mälzer macht Lust auf Kochen
3. Im Kampf gegen Kindersklaverei - Der Engel von Ghana
4. Die Swobodas - Hausbau mit Hindernissen

25.11.2009

1. Männlich oder weiblich? - Leben mit zweifelhaftem Geschlecht
2. Der "Knochenbrecher" - Wie Tamme Hanken Pferde heilt
3. Verhinderter Amoklauf in Sankt Augustin - Fünf Jahre Jugendhaft für Tanja O.
4. Die Swobodas - Die chaotischen Häuslebauer ziehen ein

09.12.2009

1. Versicherungsscheck - Welchen Schutz Sie wirklich brauchen
2. Streit ums Kind - Wenn Väter keine Rechte haben
3. Tatort Weihnachtsmarkt - Die miesen Tricks der Taschendiebe
4. MCS - Wenn ein Parfüm zum Kollaps führt
5. Tragischer Unfall - Tiger fallen Dompteur an

16.12.2009

1. Suse und Manfred Begenat - Wenn der Sohn ein Mörder sein soll
2. "Das Supertalent" 2009 - Diese Künstler begeisterten das Publikum
3. Eine Münchnerin und ihr Weg nach Hollywood - Wenn Träume Flügel kriegen
4. Schluss mit dem Magerwahn - Models ohne Modelmaße

23.12.2009

1. Michael Schumacher im stern-TV-Interview - "Ich bin heiß"
2. Die Beutelspachers und ihr Weihnachtsfest - Feiern mit den Fünflingen
3. stern TV-Aufruf - Unvergessliche Weihnachtsgeschenke

30.12.2009

Best Of 2009

Themen „Focus TV Reportage“ (Quelle: DCTP)

Datum	Partner	Titel
06.07.2009	Focus	Der Milliarden-Betrüger - Aufstieg und Fall des Bernie Madoff
13.07.2009	Focus	Einsatz unter Lebensgefahr - Deutsche Elitesoldaten in Afghanistan
20.07.2009	Focus	Jeden Monat in den Miesen - Wenn Räumung oder Pfändung drohen
27.07.2009	Focus	Vorsicht Urlaubsfalle! - Hoteltester in geheimer Mission
03.08.2009	Focus	Papa wer bist Du? Evelinas Suche nach dem Vater
10.08.2009	Focus	Kommt ein Gott auf Besuch - Der Dalai Lama in Frankfurt
17.08.2009	Focus	Wir sind so frei! - Nacktkult in Deutschland
24.08.2009	Focus	Little People in Big Apple - Kleinwüchsige entdecken New York
31.08.2009	Focus	Unschuldig im US-Gefängnis? - Der Fall des Jens Söring
07.09.2009	Focus	Reine Nervensache! - Lehreralltag an der Hauptschule
14.09.2009	Focus	Ami-Schlitten zum Schleuderpreis - Auf US-Shopping Tour mit deutschen Autohändlern
21.09.2009	Focus	Der Fall Hypo Real Estate - Chronik eines angekündigten Desasters
28.09.2009	Focus	Kopfgeldjäger auf Probe - als Praktikant bei den Bounty Hunttern 1
05.10.2009	Focus	Plan B - Alles auf Anfang. Vom Neustart in der Krise
12.10.2009	Focus	Die Hauptstadt feiert! - Wenn es Nacht wird in Berlin...
19.10.2009	Focus	Zahltag beim Zoll
26.10.2009	Focus	Schwarze Schafe im Job - Unterwegs mit Fahndern vom Zoll
02.11.2009	Focus	Im Namen des Vaters? - Warum Gülsum sterben musste
09.11.2009	Focus	Mein Verräter und ich - Ein Stasi Opfer sucht die Wahrheit

16.11.2009	Focus	Mord im Namen des Volkes - Der Tod des Stasi-Spions Werner Teske
23.11.2009	Focus	Produktpiraten ahoi! - Mit Zollfahndern auf Beutefang
30.11.2009	Focus	Tricksen, täuschen und kassieren - Versicherungsbetrügern auf der Spur
07.12.2009	Focus	Angeklagt: Der Engel mit den Eisaugen. Amanda Knox: Madonna oder Mörderin?
14.12.2009	Focus	Rettung oder Pleite? Ein Betrieb kämpft ums Überleben
21.12.2009	Focus	Gruezi Job, Auf Wiederluege Heimat - Deutsche Gastarbeiter in der Schweiz
28.12.2009	Focus	Kuscheln in Kenia - Zur Brautschau nach Nairobi

Themen „Faszination Leben“ 2. HJ 2009

- 05. Juli:** Alptraum Millionengewinn – wie eine norddeutsche Familie durch den Lotto-Reichtum ins Unglück getrieben wurde.
- 12. Juli:** Absturz eines Artisten – Johann Trabers Weg zurück aufs Seil
- 19. Juli:** Schrott-Tour durch den Pott – unterwegs mit zwei Müllsammlerinnen im Ruhrgebiet
- 26. Juli:** Kinderwunsch als Leidensweg: Ein Baby um jeden Preis!
- 02. August:** Unfruchtbar – und trotzdem schwanger: Der lange Weg zum eigenen Baby
- 09. August:** Vom Multimillionär zum Obdachlosen – ein Mann will wieder nach oben
- 16. August:** Mariam, 45, unterzieht sich seit einigen Monaten einem Experiment: Sie lässt ihre Haare wachsen – nicht die auf dem Kopf, sondern die im Gesicht. Dort kämpfte sie über 20 Jahre lang gegen einen „unweiblichen“ Bartwuchs, zupfte täglich und stundenlang Härchen für Härchen aus. Irgendwann wollte sie sich diese Tortur nicht mehr antun und beschloss: „Ich will so sein, wie ich bin!“
- 23. August:** Der Traum vom Spitzen-Job: Aufnahmeprüfung für Balletttänzer
- 30. August:** Der die Wand hochläuft. Rekordversuch mit Musik und Überschlag
- 06. September:** Bin ich schön? Die schwer übergewichtige Rebecca möchte Model werden
- 13. September:** Geruch des Verbrechens. Rettungshunde auf der Suche nach Vermissten.
- 20. September:** Ein unverhülltes Leben – Naturisten kämpfen ums nackte Dasein
- 27. September:** Exot unter Exoten – Wie ein ungewöhnlicher Lehrer an einer Problemschule Erfolg hat
- 04. Oktober:** Die Lücke im Eisernen Vorhang – deutsch-deutsche Fluchtgeschichten
- 11. Oktober:** Von der Porno- zur Kunst-Ikone? Dolly Buster und ihr neues Leben als Malerin
- 18. Oktober:** Frau ohne Erinnerung – Nadja muss das Leben neu lernen
- 25. Oktober:** Kleine auf großer Tour: Kleinwüchsigentreffen in New York
- 08. November:** Ab in den Osten! Die Revolte eines DDR-Grenzdorfes

15. November: Der Riesen-Sammler – Ein westfälischer Schuster arbeitet für die größten Menschen der Welt

22. November: Papa gesucht – Evelina will endlich ihren Vater treffen

29. November: Leben für Jasmin: ein Mädchen kämpft gegen den Krebs

05. Dezember: Jahrgang Mauerfall – Was wurde aus den Wendekindern?

13. Dezember: Von Mainz nach Uganda: Eine Studentin hilft obdachlosen Straßenkindern

20. Dezember: Familie Thiesen und das Weihnachtswunder: eine Großfamilie rüstet sich fürs Fest

27. Dezember: Reif für die Einsamkeit – ein Rostocker Paar zieht auf eine Insel

Rechnungen zur Ermittlung der Themenprofile aus Kapitel 5

„10 vor 11“ und „News and Stories“ zusammen

	Anzahl	Prozent
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	2	4,08
Kultur/Religion	32	65,31
Tier/Natur	0	0,00
Wissenschaft/Forschung	15	30,61
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	0	0,00
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	0	0,00
Sport	0	0,00
Diverse Themen	0	0,00
Gesamt	49	100,00

Spiegel TV Magazin

	Anzahl	Prozent
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	42	57,53
Kultur/Religion	1	1,37
Tier/Natur	0	0,00
Wissenschaft/Forschung	4	5,48
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	14	19,18
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	8	10,96
Sport	0	0,00
Diverse Themen	4	5,48
Gesamt	73	100,00

Stern TV

	Anzahl	Prozent
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	23	21,50
Kultur/Religion	0	0,00
Tier/Natur	3	2,80
Wissenschaft/Forschung	4	3,74
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	54	50,47
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	4	3,74
Sport	3	2,80
Diverse Themen	16	14,95
Gesamt	107	100,00

Focus TV Reportage

	Anzahl	Prozent
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	6	23,08
Kultur/Religion	2	7,7
Tier/Natur	0	0,00
Wissenschaft/Forschung	0	0,00
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	7	26,92
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	7	26,92
Sport	0	0,00
Diverse Themen	4	15,38
Gesamt	26	100,00

Faszination Leben

	Anzahl	Prozent
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	3	12,00
Kultur/Religion	0	0,00
Tier/Natur	0	0,00
Wissenschaft/Forschung	0	0,00
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	21	84,00
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	0	0,00
Sport	0	0,00
Diverse Themen	1	4,00
Gesamt	25	100,00

Gesamt RTL

Prozentualer Anteil der jeweiligen Themengebiete an der gesamten Drittsendezeit

	SpiegelTV	10 vor 11	Faszination Leben	SternTV	Gesamt
	37,50%	25,00%	12,50%	25,00%	
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	57,5%	0,0%	12,0%	21,5%	28,4%
Kultur/Religion	1,4%	64,0%	0,0%	0,0%	16,5%
Tier/Natur	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	0,7%
Wissenschaft/Forschung	5,5%	36,0%	0,0%	3,7%	12,0%
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	19,2%	0,0%	84,0%	50,5%	30,3%
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	11,0%	0,0%	0,0%	3,7%	5,0%
Sport	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	0,7%
Diverse Themen	5,5%	0,0%	4,0%	15,0%	6,3%

Gesamt Sat.1

	News and Stories	Focus TV	Gesamt
	60,00%	40,00%	
Politik / Wirtschaft / Gesellschaft / Zeitgeschichte	8,3%	23,1%	14,2%
Kultur/Religion	66,7%	7,7%	43,1%
Tier/Natur	0,0%	0,0%	0,0%
Wissenschaft/Forschung	25,0%	0,0%	15,0%
Alltag / Soziales / Freizeit / menschl. Beziehungen	0,0%	26,9%	10,8%
Recht / Kriminalität / Unfall / Katastrophe	0,0%	26,9%	10,8%
Sport	0,0%	0,0%	0,0%
Diverse Themen	0,0%	15,4%	6,2%

Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Unterschrift